



VYSOKÁ ŠKOLA BÁŇSKÁ – TECHNICKÁ UNIVERZITA OSTRAVA  
EKONOMICKÁ FAKULTA

KATEDRA APLIKOVANÉ INFORMATIKY

Vliv elektronických médií na sociální chování  
The impact of electronic media on social behaviour

Student: Iva Vybíralová

Vedoucí bakalářské práce: PhDr. Milena Medková

Ostrava 2009



Místopřísežně prohlašuji, že jsem celou práci, včetně všech příloh, vypracovala samostatně.

Datum odevzdání: 7. května 2009

.....  
Podpis

## **Poděkování**

Tímto děkuji vedoucí bakalářské práce PhDr. Mileně Medkové za rady a odborné vedení.

## Obsah:

1.	Úvod.....	8
2.	Elektronická média, historie a současnost .....	11
2.1	Rozhlasové a televizní vysílání.....	12
2.1.1.	Duální systém.....	12
2.1.2.	Digitální rozhlas a televize.....	13
2.1.3.	Rozhlasové a televizní vysílání v ČR .....	15
2.2	Telefonie .....	16
2.3	Elektronické informační zdroje.....	18
2.3.1.	Báze dat.....	19
2.3.2.	Internet .....	20
2.3.2.1.	Rozsah fenoménu internet.....	21
2.3.2.2.	Funkce internetu.....	22
2.3.2.3.	Rizika internetu .....	24
2.3.2.4.	Závislost na internetu .....	25
2.3.3.	CD/DVD ROM .....	26
2.3.4.	Konvergence médií .....	26
3.	Vliv médií na společnost.....	28
3.1	Socializace .....	29
3.2	Vliv elektronických médií na děti a mládež .....	30
3.2.1.	Vliv násilí na děti a mládež.....	33
3.3	Společnost a pornografie.....	36
3.4	Politický vliv médií.....	36
3.4.1.	Média ve volbách .....	37
3.4.2.	Metody a prostředky manipulace.....	38
3.5	Mediální legislativa a regulace .....	40
4.	Sociální chování jedince a internetizace .....	42
4.1	Web 2.0 .....	42
4.1.1	Blogy.....	43
4.1.2	Wiki systémy .....	45
4.1.3	Sociální sítě.....	46
4.1.3.1	FaceBook .....	48
4.1.3.2	LinkedIn.....	50

4.1.3.3	Budoucnost elektronických sociálních sítí.....	52
4.2	Dotazníkové šetření .....	52
5.	Závěr .....	59
	Seznam zkratek .....	60
	Seznam zdrojů.....	61
	Prohlášení o využití výsledků bakalářské práce .....	64
	Seznam příloh .....	65
	Příloha č. 1 .....	66

# 1. Úvod

Rozhodující fáze tzv. vědecko-technické revoluce byla zahájena na počátku 20. století, když se podařilo zvládnout výrobu a rozvod elektrického proudu. Od té doby vznikla řada nových vědních oborů, jež byly s tímto procesem nerozlučně spjaty, nicméně elektrotechnika a později elektronika, si zachovaly dominantní postavení a dodnes určují rozhodující trendy při výzkumu, výrobě a zavádění nových technologií. S tím souvisí i rozvoj elektronických médií – telefonu, rozhlasu, televize, internetu a dalších, které umožňují nejen informovat, ale i ovlivňovat a nezřídka také manipulovat myšlení lidí ve společnosti. Právě podle společenského zřízení jsou média nejčastěji využívána buď v tzv. totalitním režimu nebo pluralitní demokratické společnosti.

Totalitní moc jednoznačně využívá (resp. zneužívá) média v cenzurované a filtrované podobě tak, aby jednostranně informovala o životě ve vlastní zemi i ve světě. Brání šíření svobodných názorů, diskuzím a jakýmkoliv projevům politického odporu a různosti názorů. Dříve např. SSSR a jeho satelitní země, dnes Čína, KLDR, Kuba.

V zemích s pluralitní demokracií je umožněno, více či méně, volné šíření informací a názorů pomocí médií veřejné služby. Komerční soukromá média si zajišťují sledovanost nejen tím, že vysílají publicistické pořady, ale především vysíláním seriálů, filmů a zábavných pořadů.

Revolučním mezníkem v oblasti elektronických médií bylo zavedení internetu do firem a domácností. To však sebou nese vedle jednoznačně pozitivních důsledků i rizikové a negativní faktory. Jedinec se tak může stát snadnou obětí podvodu nebo manipulace někoho jiného nebo určité skupiny, nicméně zodpovědnost za své jednání a činnosti z toho vyplývající, nese sám.

V posledních letech vznikají nové formy internetové komunikace založené na vytváření tzv. sociálních sítí, jež sdružují lidi např. stejných zájmů nebo názorů. To mnohdy může vést k převaze virtuální internetové komunikace nad komunikací „face to face“ mezi lidmi.



Z výše uvedeného vyplývá, že v totalitní společnosti je jedinec ovlivňován jen jednostranně a demagogicky, většina ostatních doprovodných aspektů médií je vyloučena.

Tato práce je zaměřena především na působení a vliv médií v demokratické společnosti.

Cílem bakalářské práce je charakterizovat jednotlivá elektronická média a popsat jejich historii a současnost. Dále zmapovat vliv médií na děti a mládež a sledovat jejich politický vliv na průběh voleb. Záměrem je také objasnit nový způsob využití interaktivního webu a přiblížit jeden z nejrychleji se rozšiřujících prvků komunikace – tzv. sociální sítě. Sociální sítě prošly v posledních letech prudkým rozvojem a masovým rozšířením a předpokládá se, že tento trend bude i nadále pokračovat. Proto jsem věnovala této oblasti zvýšenou pozornost a provedla dotazníkové šetření zaměřené na využívání sociálních sítí.

S elektronickými médii se setkává každý člověk již od útlého dětství a provázejí ho po celý život, ale většina lidí si neuvědomuje důsledky jejich vlivu a celospolečenské působení. Já jsem postupně poznávala nové formy komunikace prostřednictvím svého, o 10 let staršího bratra, který se již jako student střední i vysoké školy zajímal o komunikační média a informatiku. To byl také jeden z důvodů, proč jsem začala studovat střední školu se zaměřením na informatiku a kde se probírala v rámci výuky i elektronická média. Moje snaha proniknout do problematiky vlivu médií na sociální skupiny a na celou společnost mě vedla k tomu, že během studia na vysoké škole jsem vyhledávala a četla články s touto tematikou a sama jsem sledovala vliv médií na lidi kolem sebe.

Práce se skládá z třech hlavních částí. První část se zaměřuje na historii a současnost jednotlivých elektronických médií a popsání elektronických informačních zdrojů. Druhá se pak věnuje vlivu elektronických médií na společnost a legislativu v oblasti médií. Třetí část se zabývá novým fenoménem využívání interaktivního webu 2.0 a jeho nejrozšířenějších forem: wiki systémy, blogy a především sociální sítě. Jejich vliv na jedince je zmapován pomocí dotazníkového šetření.

V České republice se podobnou problematikou, jako moje bakalářská práce, zabývají mimo jiné i tito přední akademičtí pracovníci: Josef Musil z University Jana A. Komenského, Antonín Pavlíček z Vysoké školy ekonomické a Jan Jiráček z University Karlovy. Ze zahraničních autorů Joshua Meyrowitze, profesor komunikace na University of New Hampshire v USA. Některé informace a údaje z jejich publikací jsem použila ve své práci.

## 2. Elektronická média, historie a současnost

Médium (z latinského "medius", což znamená "prostřední") je v komunikaci vše, co umožňuje komunikaci a slouží jako prostředek k uchování a přenosu informací v prostoru a čase. [14] Kanadský sociolog Marshall McLuhan chápe média jako všechny prostředky, jimiž člověk rozšiřuje omezené možnosti svého těla. V běžném denním styku se termín médium používá jako souhrnné označení technických prostředků a sociálních systémů sloužících hromadné komunikaci. [10]

Primární vlastností jakéhokoliv média je schopnost oslovovat smysly člověka a napojovat je na procesy myšlení a prožívání. Nemá-li nikdo k médiu přístup, nemůže jeho prostřednictvím odesílat a přijímat sdělení. Odlišnost médií spočívá v rozdílném typu přístupu a také se liší cestou, která k nim vede. Jednotlivá média mají tendenci vytvářet různá množství a typy informačních systémů.

Postavení médií ve společnosti je vždy závislé na kvalitě její kultury a jejích hodnotových soustavách, v jejichž rámci probíhá mezilidská komunikace. Média mohou ve společnosti potvrzovat stávající a uznávané společenské hodnoty (mít tedy roli stabilizující), za jistých okolností mohou působit destruktivně proti nim. V některých případech je pomáhají přetvářet či prosazovat a někdy tvořit hodnoty zcela nové.

Klasická média se dělí na tisková a elektronická. K tiskovým médiím patří knihy, vyhlášky, noviny, časopisy, informační brožury atd. Elektronická média zahrnují telefon, rozhlasové a televizní vysílání, CD, DVD, internet atd. Elektronická média pomáhají překonávat dřívější komunikační omezení a posunují význam omezujících veličin komunikace, jako je prostor, čas nebo fyzikální překážky.

Rozvoj jednotlivých médií určuje společnost, především její ekonomické, sociální, kulturní a politické uspořádání. Záleží na tom, jak a nakolik média uspokojují potřeby jednotlivých společenských skupin. [11] V demokratické společnosti nastane jistá fáze, kdy je vhodné prostřednictvím elektronických médií uspokojovat i potřeby minoritních skupin. Média v Evropě se snaží toto zajišťovat prostřednictvím vysílání veřejné služby.

Elektronická média poskytují člověku rozmanité služby, mezi které lze zahrnout informovanost, vzdělávání a jeho distanční formy, možnosti rozhodování, spojování s lidmi na dálku apod. Některé jejich doprovodné aspekty člověku však neprospívají nebo mu dokonce škodí, např. elektromagnetické záření.

## **2.1. Rozhlasové a televizní vysílání**

Objevení teorie magnetického pole a možnost šíření elektromagnetických vln byly základním předpokladem pro zahájení rozhlasového a později i televizního vysílání. Cílem bylo informovat recipienty o politických a společenských událostech, postupně přibývaly hudební, zábavné, sportovní a jiné pořady.

K základním znakům vysílání v tradičním, ale i v současném pojetí, patří zejména systematické sestavování programů určené pro větší množství posluchačů a diváků, šíření signálu z jednoho bodu k recipientům a možnost současného příjmu a vnímání obsahu diváky a posluchači. [10]

Rozhlasové vysílání je založeno pouze na verbální a audiální složce a proto, na rozdíl od televize, posluchač dekóduje zprávu na základě dřívějších zkušeností. K tomu, aby přejímaná informace byla správně pochopena, je také důležité vhodné jazykové vyjádření. Rozhlas je někdy pokládán za vizuální médium, protože závisí na posluchačově tvorbě představ, ale ve srovnání s televizí je médiem jevištním. [9]

Vývoj rozhlasu je možné sledovat od 20. let 20. století. Od začátku jeho obliba v domácnostech stoupala. Po nástupu televizorů, ve 40. letech 20. století, převzalo rádio převážně doprovodnou roli při různých činnostech.

### **2.1.1. Duální systém**

Duální systém je existence komerčních stanic vedle vysílání veřejné služby.

Pravidelná rozhlasová vysílání po celém světě se uskutečnila za podpory soukromého kapitálu. V USA bylo rozhlasové a televizní vysílání vždy komerční záležitostí,

zatímco v evropských zemích se na přípravě rozhlasového, a především televizního vysílání, podílely státní složky. Po 2. světové válce, zejména pak po ovládnutí střední a východní Evropy komunisty, probíhala regulace obsazování frekvenčních pásem a celková koncepce separátně. Státy západní Evropy si uvědomovaly nutnost sdílet světové události a proto se rozhodly pro vlastní projekt Eurovize (1954). Podnětem byla korunovace královny Elizabethy II 2. června 1953. Záznam ceremoniálu na svých obrazovkách sledovali diváci ve VB, Francii, Belgii, Nizozemí a Německu. Země východní Evropy později založily organizaci pro spolupráci v radiovém a televizním vysílání nazvanou Intervize; členské země byly Československo, Bulharsko, NDR, Maďarsko, Polsko, Rumunsko, SSSR a Finsko.

V následujících letech se v Evropě rozšířila síť pozemních televizních vysílačů černobílého vysílání. Ve výzkumných laboratořích se intenzivně pracovalo na zavedení barevného vysílání. V ČSR byl zahájen zkušební provoz začátkem 70. let minulého století. V roce 1975 začala ČST pravidelně vysílat v barvě. Mezníkem v rozvoji televize bylo zahájení televizního satelitního vysílání. V 90. letech 20. století začal proces digitalizace, který umožnil masivní vznik komerčních rozhlasových a televizních stanic (mnohonásobně se zvýšil počet vysílacích kanálů).

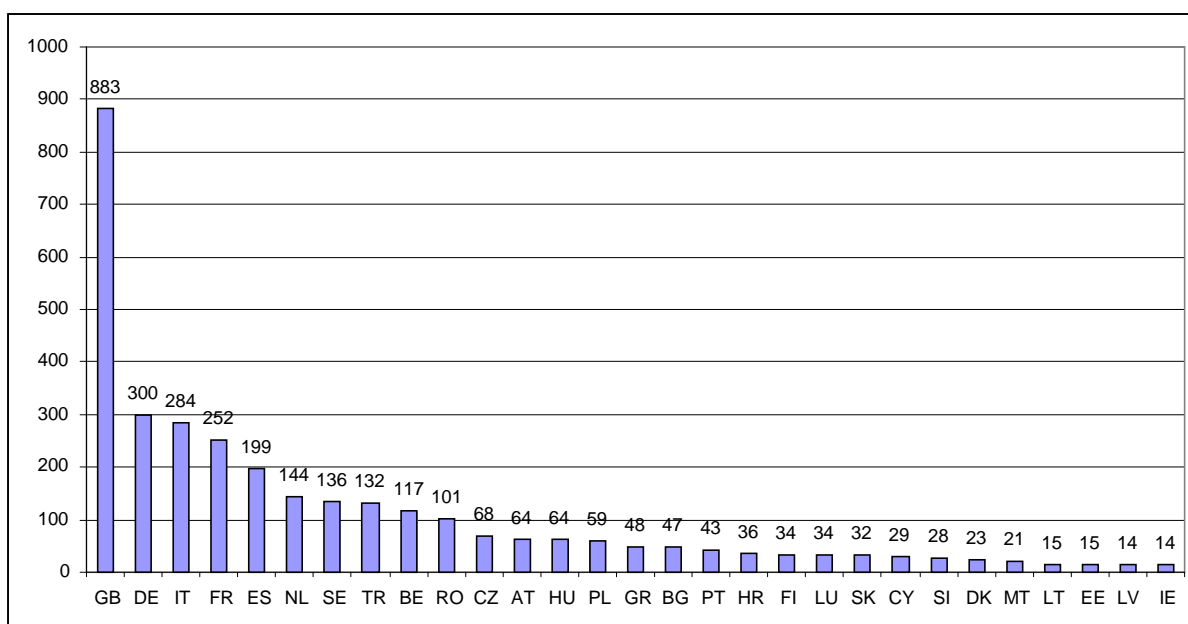
### **2.1.2. Digitální rozhlas a televize**

Pozemní digitální rozhlas je nový způsob vysílání, který využívá pokročilé metody komprese zvukového signálu a modulace rádiového signálu, umožňující vysokou kvalitu a velmi úsporné využití kmitočtového spektra. [10]

Digitální rozhlas (T-DAB) využívá jednofrekvenční uspořádání, které umožňuje pracovat celé soustavě na jednom kmitočtu a přitom se signály jednotlivých vysílačů vzájemně neruší. Rádiové signály, při správném rozmístění vysílačů, vytvářejí souvislé pokrytí kvalitním příjmem, který je možné přijímat i v členitém terénu. Systém T-DAB poskytuje kromě rozhlasového vysílání i současný přenos dat. Tato data obsahují informace o vysílání a mohou být doplněna grafikou.

Digitální televize (DVB) je nová vysílací technologie umožňující vysílání a přenos audiovizuálního signálu prostřednictvím pozemního, kabelového nebo satelitního vysílání. [15] Přínosem DVB je vyšší kvalita rozlišení obrazu i zvuku, efektivnější využívání kmitočtového spektra a možnosti interaktivních služeb.

Na rozdíl od analogového vysílání jsou při digitálním programy komprimovány, což přináší daleko efektivnější využití frekvenčního pásma. [15] To znamená, že na jednom kanále je možno vysílat tzv. multiplex, který může obsahovat až 10 televizních stanic, rozhlasové vysílání, případně je doplňkové službou superteletext.



Graf č. 1 Počet televizních stanic v Evropské unii, Turecku a Chorvatsku

Zdroj: *Over 6,500 TV channels available in the European Union and candidate countries (Croatia and Turkey) in 2008* [online]. Dostupný z WWW: <<http://www.obs.coe.int/about/oea/pr/mipcom2008.html>>.

Z následujícího grafu je patrné, že nejvíce televizních stanic je dostupných ve Velké Británii a Německu, naopak nejméně v Irsku a Lotyšsku.

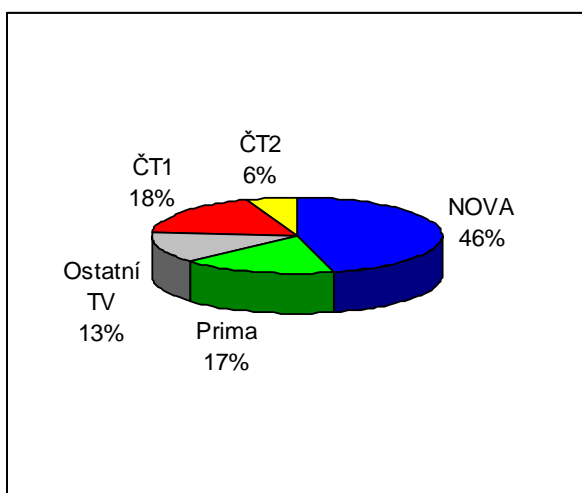
### **2.1.3. Rozhlasové a televizní vysílání v ČR**

Politické zřízení po roce 1948 v Československu znemožňovalo vytvářet komerční televize a rádia. V prosinci roku 1989 byly založeny první soukromé rozhlasové stanice. Tento vývoj pokračoval udělením experimentálních licencí soukromým provozovatelům v průběhu roku 1990. [10] V roce 1991 byl schválen zákon, který stanovoval podmínky zavádění duálního systému a koncem roku 1995 bylo budování duálního systému dokončeno.

Základním záměrem komerčního vysílání je dosahování zisku, zatímco veřejnoprávní vysílání je služba veřejnosti provozována z koncesionářských poplatků. Proto se od ní očekává, že bude uspokojovat potřeby jednotlivce, společnosti i státu.

Veřejnoprávní subjekty České republiky jsou Česká televize a Český rozhlas. Vznikly transformací předchozích monopolních médií, pomocí zákona byly upraveny jejich práva a povinnosti, které jsou odlišné od komerčního sektoru.

V České republice má největší sledovanost komerční televize NOVA. Její diváci dávají přednost zábavě, zatímco diváci ČT1 preferují zpravodajství a publicistiku. Přitom však dlouhodobě nejsledovanější pořad TV NOVA jsou večerní zprávy. Důvodem je jejich obsahové složení a sugestivní forma.



Graf č.2 Sledovanost televizních stanic v ČR v roce 2008

Zdroj: *TV Nova nejsledovanější stanicí i v roce 2008* [online]. Dostupný z:  
 <<http://tv.nova.cz/clanek/pressweb/tv-nova-nejsledovanejsi-panic-i-v-roce-2008.html>>.

Následující graf popisuje sledovanost českých televizí v hlavním vysílacím čase v roce 2008. Televize Nova, Prima a ČT1 vysílá od 20:00 hodin zejména seriály a zábavné pořady. ČT2 vysílá především dokumenty.

## 2.2. Telefonie

*„Telefonie je souhrnný název pro obousměrný způsob přenosu lidského hlasu na velkou vzdálenost v reálném čase. Telefonie se uskutečňuje prostřednictvím telefonní technologie“.* [6]

Historie telefonie se datuje od roku 1849, kdy si Alexander Graham Bell nechal patentovat svůj telefonní přístroj. Tento přístroj umožňoval přenášet lidský hlas na kratší vzdálenost. Postupem času se vzdálenosti prodlužovaly a ve 20. letech 20. století začal telefon dostávat standardní tvar a funkce, které přetrvaly do dnešní doby. Novou éru komunikace odstartovaly laboratoře firmy Bell, které roku 1947 zformovaly koncept tzv. celulárního (buňkového) systému pro mobilní komunikaci, na základě kterého byl v roce 1973 vytvořen první prototyp mobilního telefonu.

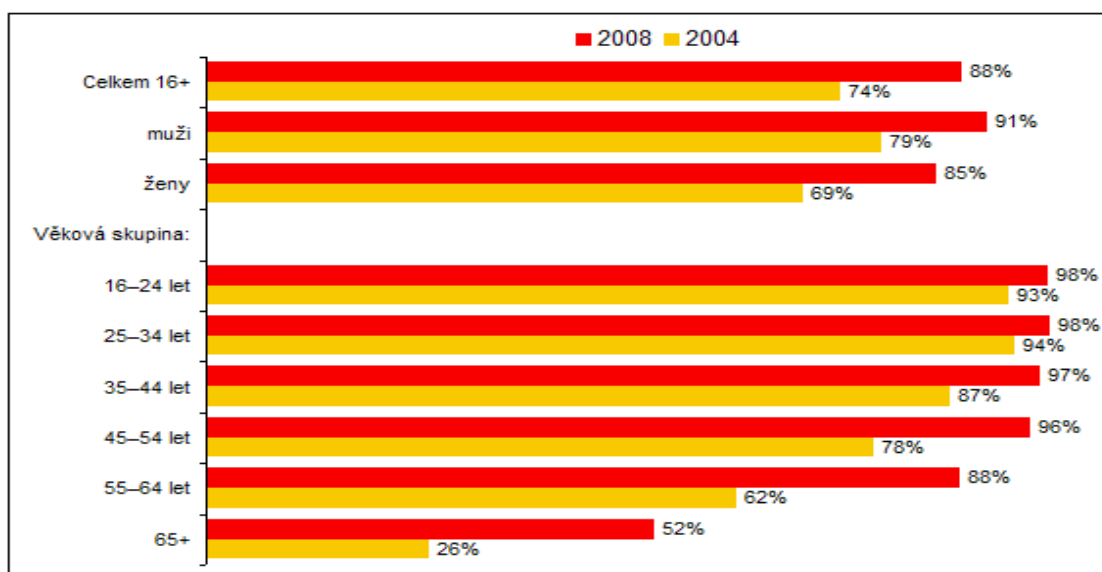


Mobilní telefony 1. generace byly založeny na analogovém přenosu hovorového signálu, který tvořilo několik odlišných sítí. Pro komunikaci bylo definováno několik základních standardů: NMT (Nordic Mobile Telephone), používán v severní a východní Evropě, dále německý standard C-Netz, švédský Comvik, britský TACS a ETACS, francouzský RadioCom a italský RTMS. Tyto standardy analogového přenosu hovorového signálu byly postupně nahrazeny přenosem digitálním .

Mobilní telefony 2. generace pracují s protokolem GSM (Groupe Spécial Mobile), mnoho evropských zemí a některé asijské země přijaly GSM standard zákonem pro všechny mobilní telefony.

Mobilní telefony přinesly možnost bezprostřední komunikace, kterou předtím nenabízelo žádné jiné médium. Umožnily vytváření absolutních kontaktů a pomáhají zvýšit bezpečí, ale to vše na úkor soukromí.

ČR je pátou evropskou zemí, která má na počet obyvatel nejvíce aktivních SIM karet. Používání mobilního telefonu se stalo ukazatelem sociálního statusu a počet telefonů a hovorů neustále narůstá. Mezi nejčastější aktivity provozované prostřednictvím mobilního telefonu patří prohlížení e-mailů, posílání SMS a MMS, surfování na internetu, stahování videa atd.



Graf č. 3 Jednotlivci ve věku 16 + používající mobilní telefon (% z dané kategorie)

Zdroj: *Mobilní telefonní síť* [online]. Dostupný z:

<[http://www.czso.cz/csu/redakce.nsf/i/mobilni\\_telefonni\\_sit](http://www.czso.cz/csu/redakce.nsf/i/mobilni_telefonni_sit)>.

Z grafu je patné, že využívání mobilního telefonu je v roce 2008, ve všech věkových skupinách oproti roku 2004, vyšší.

### 2.3. Elektronické informační zdroje

Elektronický informační zdroj (EIZ) je informační zdroj, který je uchováván v elektronické podobě a je dostupný prostřednictvím počítačových sítí nebo pomocí jiných technologií distribuce digitálních dat (např. na discích CD-ROM). Mezi EIZ lze zařadit volně dostupné zdroje na internetu, elektronické zdroje odborných periodik, digitální knihovny, informace o patentech a normách. [16]

Instituce poskytující informační zdroje jsou:

- producenti a vydavatelé primárních dokumentů - nakladatelství
- distributoři a prodejci – EBSCO, Amazon.com
- služby dodávání dokumentů – Virtuální polytechnická knihovna

- databázová centra – Dialog
- knihovny, archivy, dokumentační služby a specializované informační instituce

Elektronické informační zdroje jsou k dispozici:

- přes profesionální on-line systémy
- off-line
- na optických médiích
- volně na internetu
- v kombinacích různých způsobů

[16]

K informačním zdrojům na internetu lze přistupovat přímo nebo prostřednictvím zprostředkovatele. Informace, které je možné nalézt přímo, mají veřejný charakter a dají se najít vyhledávači, zatímco zdroje dostupné pomocí zprostředkovatele využívají internetu jako metodu přístupu, např. do databázových center.

### **2.3.1. Báze dat**

Databázová centra nakupují informační zdroje, nejčastěji ve formě oborově zaměřených databází, od producentů. Centra uživatelům nabízejí on-line přístup k informacím a jejich vyhledávání.

Pro rozlišení druhů databází je určující struktura záznamů, které jsou v nich uloženy. Databáze lze rozdělit na bibliografické, faktografické a plnotextové.

Bibliografické báze dat obsahují bibliografické záznamy dokumentů, které jsou doplněny o abstrakty a klíčová slova popisující obsah dokumentů. Jedná se o sekundární informace, které informují o existenci primárního dokumentu, jehož plný text je možné získat např. meziknihovní výpůjční službou. [16]

Faktografické báze dat obsahují informace, které mají textový, numerický nebo kombinovaný charakter. Databáze poskytuje většinou zdrojové informace a tak není nutné vyhledávat primární pramen. Nejčastější typy jsou numerické a faktografické.

Plnotextové databáze kombinují bibliografické báze s plnými texty primárních dokumentů, zpravidla také s možností vyhledávání informací v těchto plných textech. Jsou trendem posledních let, neboť většinou již uživatel nepotřebuje dohledávat primární dokument z jiného zdroje. Často se jedná o kompletní znění novin, zpravodajských textů, článků z časopisů, sborníků z konferencí a právních dokumentů.  
[16]

### **2.3.2. Internet**

Technickým základem internetu je předávání multimediálních informací mezi počítači.[11] Podstatou fungování je organizační řešení, založené na myšlence celosvětové, volně vytvářené sítě, bez centra a hierarchického členění.

V 60. letech 20. století americké univerzity a ministerstvo obrany USA hledaly systém spojení odolný proti rušení a útokům na centrální uzel, který by umožňoval rychlou a flexibilní komunikaci. První spojení počítačů bylo navázáno v roce 1969 profesorem Kalifornské univerzity, který odeslal zprávu s krátkým obsahem „log in“ na univerzitu ve Stanfordu. Toto spojení dalo vzniknout první síti ARPANET, která byla tvořena čtyřmi americkými univerzitami. Odborníci zjistili, že pro navázání spojení není nutná hierarchická struktura, a podobně jako u telefonní sítě, si signál může hledat náhradní cestu, je-li přímé spojení přerušeno. Během 70. let vytvořil V.G.Craf provozní jazyk (protokol) a režim TCP/IP. Tento protokol byl přijat a zaveden bez jakýchkoliv regulací a normalizací a napomohl k novému způsobu komunikace. V 80. letech byl nekomerční Arpanet otevřen veřejnosti, vznikaly první komerční sítě např. NSFNET a ve Švýcarsku byl navržen systém WWW. Na přelomu 80. a 90. let byly vytvořeny první prohlížeče jako Marc Andreessen nebo Netscape Navigator.

### 2.3.2.1. Rozsah fenoménu internet

V roce 2002 mělo na světě přístup k internetu 620 milionů lidí, což je 10% z celkové populace, avšak to bylo méně, než se odhadovalo ve druhé polovině 90. let. Podle odhadu měla být v roce 2000 překonána hranice 1 miliardy uživatelů, ale až v lednu 2009 se tato hranice prolomila. Mezi státy, které mají nejvíce uživatelů patří Čína, USA, Japonsko, Německo a VB. V ČR využívalo internet v lednu 2009 5 mil. lidí.

Tabulka č. 1

#### Uživatelé internetu

Region	Internetoví uživatelé (tis.)	Celkový podíl uživatelů internetu (%)
Svět	1,007,730	100
Asie a Tichomoří	416,281	41,3
Evropa	282,651	28
Severní Amerika	185,109	18
Jižní Amerika	74,906	7,4
Střední východ a Afrika	48,783	4,8

Zdroj: *A je nás miliarda!* [online]. Dostupný z: <<http://www.lupa.cz/clanky/a-je-nas-miliarda/>>.

Výše uvedená tabulka zobrazuje počet uživatelů v jednotlivých regionech a jaký zauímají podíl ze světového počtu uživatelů.

Uvádí se závislost počtu uživatelů internetu na věku, pohlaví a vzdělání v České republice. Ve věkové skupině 16 až 24 let je podíl mužů a žen používajících internet vyrovnaný, pohybuje se kolem 90 %, avšak s rostoucím věkem se snižuje podíl uživatelů internetu a prohlubují se rozdíly mezi pohlavími. Ve věkové skupině 55-64 používá internet 36 % mužů a 29 % žen. Významným faktorem je stupeň dosaženého

vzdělání. 85 % lidí s vysokoškolským vzděláním používá internet, ale pouze 14 % se základním. [2] Největší podíl uživatelů internetu, až 98 %, je v populaci studentů starších 16-ti let.

### **2.3.2.2. Funkce internetu**

Web je první médium, které dokáže být trvalé a aktuální. Předchozí média měla vždy jen jednu vlastnost, buď měla trvalý charakter (tisk, fotka, film), protože jejich výrobní cyklus byl dlouhý a nemohl reagovat na aktuální dění, nebo médium bylo aktuální (rádio, televize) ovšem po odvysílání nebyl jejich obsah k dispozici.

Internetový obsah lze rozdělit na funkce

- informační
- zábavné
- komerční
- dálkově provozované služby

Informační funkce zahrnuje zprávy, aktuality, komentáře atp. Jelikož tímto druhem informací se zabývala již tradiční média, jsou tak zachovány přednosti tištěného slova např. logika, linearita a racionalita nebo možnost se k textu znovu vrátit. Výhodou elektronických novin a časopisů je možnost rychleji je aktualizovat a stará čísla ponechat v archivu. Další složku informační funkce tvoří internetové verze neperiodického tisku, encyklopedie, mapy, dopravní informace a specializované informační stránky úřadů a institucí, ale patří sem i osobní stránky. Nalézt v takovémto množství informací tu potřebnou umožňují uživatelé vyhledávače, které zpracovávají miliony webových stránek. I přestože je dotaz správně položen, nalezne vyhledávač tisíce odkazů. Důvodem je, že informace jsou formulované v různých kulturních okruzích a liší se také i základní struktura myšlení a vyjadřování. Jelikož neexistuje na internetu žádný fungující systém validace informací ani jejich hodnocení z hlediska spolehlivosti, je možné se setkat na webu s vědeckými pracemi, mystifikací, dezinformací nebo cílenou provokací. Podle novinářů jsou pouhá 4 % informací uvedených na webu hodnověrné.

Zábavná funkce zahrnuje hudbu, filmové klipy, počítačové hry, on-line hry atd. Vývoj on-line her odráží celkový vývoj globální sítě. Nejprve začaly na úrovni textových RPG (Dračí doupě), dále pokračovaly hry založené na platformě Java nebo Flash, až po virtuální světy, kde se ve vzájemné interakci pohybují tisíce hráčů současně.[15] Tento druh her umožňuje hráčům žít život ve fiktivním, nebo jinak uspořádaném světě, s možnostmi spolupráce nebo konkurence mezi jednotlivými hráči. Morálka v tomto světě má svá vlastní pravidla a odlišuje se od reality. Např. Second Life vznikla v roce 2003 a v únoru 2009 má více než 15 mil. hráčů, kteří v jeho virtuální ekonomice utratí průměrně 30 mil. Kč. Jejich příjmy plynou např. z prodeje artefaktů za skutečné peníze.

Komerční služby představují internetový obchod a reklamu. Internetová reklama umožňuje zadavateli oslovit konkrétního spotřebitele a změřit svůj vliv na zákazníka a serverům přináší majoritní zdroj příjmů. V roce 2008 činily příjmy z reklamy v ČR 5 miliard Kč a v roce 2009 se odhaduje nárůst o 26%. Nákup přes internet se stává rok co rok oblíbenější. Zatímco v roce 2006 nakupovalo přes internet 14,6 % mužů a 9 % žen, v roce 2008 využilo e-shop 24,5 % mužů a 17,7 % žen.

Dálkově provozované služby zahrnují email, instant messaging, chat, e-learning, elektronickou spolupráci s úřady atp.

Elektronická pošta je nejpopulárnější a nejstarší forma internetové komunikace. Umožňuje rychlé předávání informací na velké vzdálenosti s velmi nízkými náklady. Nevýhodou komunikace prostřednictvím emailu je jeho off-line charakter, což znamená, že odesílání a doručení neprobíhá současně, proto není vhodný pro bezprostřední komunikaci. [2]

Instant messaging je způsob interaktivní komunikace prostřednictvím protokolu Jabber/XMPP, Instant Messenger nebo ICQ. Všechny umožňují uživatelům sledovat seznam on-line přátel, posílat jim zprávy, soubory a komunikovat audiovizuálně. Instant messaging má vlastnost virtual presence – pocit virtuální přítomnosti druhého uživatele.

Chat je druh on-line komunikace s více lidmi najednou prostřednictvím internetu. Původně šlo jen o text, postupem času se přidal zvuk a obraz. V současné době se rozlišuje Audiochat a Videochat, který pracuje s protokolem VoIP. Textové chaty jsou

dnes součástí diskusních serverů, programů podporující tvorbu on-line komunit nebo v sítích peer to peer.

Další skupina dálkových služeb zahrnuje vzdělávání prostřednictvím internetu. E-elernenig nabízí flexibilitu a individualizaci studijních plánů a pomůcek. Spolehlivost jednotlivých kurzů se odvíjí od spolehlivosti serveru, který ho poskytuje. V rámci podnikového vzdělávání se e-learning dostává do popředí velice pomalu. Pokud ho podniky začnou používat, stane se důležitou formou vzdělávání. Pomocí e-lerningu se vzdělávají děti po celém světě. Např. české děti ve Velké Británii se učí mateřský jazyk pomocí elektronického vzdělávání. Tuto službu nabízí i některé české základní školy.

Elektronická komunikace s úřady státní správy a obchodními partnery je podmíněna mírou zabezpečení a autentizace. Je závislá na legislativě, přičemž v komerční oblasti se rozvíjí spontánně a rychleji a pokrývá ve vyspělých zemích značnou část oblasti služeb např. rezervace vstupenek, cestovního ruchu, zasílání objednávek atp.

### **2.3.2.3. Rizika internetu**

Vnímání rizika na internetu je závislé na rozdílech mezi jednotlivými zeměmi a je postavené na odlišnosti kultur např. odlišné vnímání pornografie v Evropě a v Orientu.[10] Obsah rizikových stránek lze rozdělit na ilegální, škodlivé a internetové aktivity, které nejsou zařaditelné do předchozích dvou kategorií.

Ilegální obsahy jsou v rozporu se zákony všech zemí na světě. Mezi nejzávažnější patří:

- organizování a šíření terorismu
- návody k výrobě a distribuce drog
- obchod s bílým masem
- organizační a komunikační prostředek organizovaného zločinu
- finanční kriminalita a poškozování trhu
- praní špinavých peněz
- porušování autorských práv
- šíření počítačových virů

[10]



Škodlivé obsahy jsou nežádoucí a pohybují se na hranici zákona. Zahrnují především:

- pornografie, jestliže to není trestní čin
- poškození dobrého jména
- hospodářská špionáž
- registrace atraktivní domény

[10]

Mezi další sporné internetové aktivity patří např. porušení soukromí, žebvání na internetu a spam.

#### **2.3.2.4. Závislost na internetu**

Při velmi častém používání internetu, může vzniknout až závislost na tomto médiu. Nejčastěji nastává při prohlížení náhodných stránek nebo opakováním specifické internetové aktivity. Jestliže používání internetu zasahuje do osobních a pracovních vztahů, zdraví nebo trestně-právní oblasti, je jedinec závislý. (Netholismus)

Závislí na internetu jsou nečastěji lidé mezi 12-26 lety. Průměrně jsou on-line 10 hodin denně. Mezi další ohroženou skupinu patří lidé, kteří pracují s informačními technologiemi např. IT specialisté.

Netholismus se léčí dvěma způsoby. První vychází z předpokladu, že závislost vznikla v důsledku jiných problémů v životě např. problémy v partnerství, nízká sebedůvěra nebo obtíže v komunikaci atp. Léčení probíhá pomocí klasické psychoterapie, která je zaměřena na řešení těchto příčin. Druhá možnost spočívá v tom, že je závislé osobě měřen čas strávený u internetu a na základě výsledků je jedinci sestaven časový harmonogram dne.

### **2.3.3. CD/DVD ROM**

CD a DVD jsou digitální optické datové nosiče, které mohou nést multimediální obsah.[15]

CD se začaly používat v polovině 80. let 20. století a byly určeny k věrnému uchování hudebního záznamu. Nahradily tak analogové LP desky. Od začátku 90. let se používají i v oblasti multimédií.

V 90. letech se objevilo na trhu nové vysokokapacitní DVD médium. Jeho úlohou bylo nahradit analogové VHS kazety a stalo se novým záznamovým médiem pro některé digitální kamery.

V roce 2003 vyvinula firma Sony optický disk Blu-Ray, který svou kapacitou překonává předchozí média. V současné době toto médium ještě není tak rozšířeno jako CD a DVD, ale podle prognóz by se mělo začít masivněji využívat do roku 2012.

K rozšíření těchto médií, a potlačení starších technologií, došlo především díky vysoké úložné kapacitě a nízké ceně. Kvůli těmto výhodám je na nich dnes uložena většina multimediálních aplikací a projektů.

### **2.3.4. Konvergence médií**

Konvergence médií je propojování dosud oddělených sektorů telekomunikací, elektronických audiovizuálních médií a zpracování informací v celosvětových počítačových sítích. Tím se média integrují do komplexu jediného strukturovaného systému, nejčastěji do informační služby, která se stává faktorem rozvoje různých odvětví a ekonomiky jako celku.

Proces konvergence je založen na digitalizaci, legislativních a sociálních změnách a ekonomické dostupnosti. Součástí tohoto procesu je odstraňování bariér mezi médii a to je také jeden z hlavních předpokladů globalizace.

Konvergenční proces ve svém důsledku znamená rostoucí vliv elektronických médií na vytváření veřejného mínění, životních hodnot a nástup přímého prodeje jako jeden z hlavních zdrojů zisku médií.

### 3. Vliv médií na společnost

Média ovlivňují život každého člověka ve všech jeho podobách a na všech úrovních. Na nejvyšší úrovni se lidem zdůrazňuje ekonomická a politická moc, naopak na nejnižší úrovni se vytváří důvěrná atmosféra, v níž lze pracovat, komunikovat a odpočívat.

Vliv médií lze rozdělit na dvě skupiny:

- **vliv médií jako takových** – existence televize, telefonu, rozhlasu, internetu a novin sama o sobě, bez ohledu na obsah, ovlivňuje soukromý a veřejný život každého člověka
- **vliv obsahu, který média poskytují** – samotný obsah pak ovlivňuje společnost a jedince a do značné míry utváří vnímaný obraz skutečnosti

[5]

Podle Marschalla McLuhana je vliv v samotné existenci média a ne ve sdělení, které médium zprostředkovává, z tohoto vyplývá jedna z jeho hlavních myšlenek: „medium je poselství“.

Elektronická média plní zprostředkovatelskou funkci, čímž působí na rozum, city a vůli člověka a tak ovlivňují jeho myšlení, chování a jednání. Přijaté informace jedinec modifikuje, dále je rozšiřuje a tím ovlivňuje společnost. Podle cílů pak informace mohou působit strukturovaně a diferencovaně na výše zmiňované složky osobnosti člověka a na skupiny lidí. (věkové, profesní) [12]

U médií lze rozlišit dva základní vlivy: pozitivní a negativní.

Mezi pozitivní vlivy médií patří:

- zpřístupnění kultury, zábavy a názorových informací širokým vrstvám
- přinášení aktuálních informací
- bezprostřední poznání atmosféry závažných událostí
- okamžité rozšíření jakékoliv informace

K negativním vlivům médií patří:

- jednostranné, nevyvážené a nepluralitní popisování skutečnosti
- cílené ovlivňování vědomí a podvědomí
- negativismus médií
- psychologické důsledky klasické televize
- atd.

Pozitivní vlivy se mohou stát i negativními vlivy, pokud jsou cíleně zneužity jedincem nebo vnitřně organizovanou skupinou např. teroristické organizace.

### **3.1. Socializace**

Socializace je proces, během něhož se jedinec začleňuje do společnosti. Může to být také přechod mezi jednotlivými rolemi - např. z dítěte se stane dospělý člověk.

Jedinec v procesu socializace nemá k informacím takový přístup jako dlouhodobí členové skupiny, avšak toto není trvalý jev. Postupem času přestanou být skupinová tajemství pro jedince nedostupná. Socializující jedinec získává informace na základě pečlivého sběru informací. [9]

Socializace u člověka probíhá celý život. Socializační proces může být přeměna ženy v matku, starého mládence v ženatého muže, přistěhovalce v občana nebo přechod do nového zaměstnání. Všechny socializační procesy vyžadují setkání člověka s novými situacemi a informacemi. [9]

Socializační období trvá u každého jedince individuálně. Závisí na tom, jak jedinec zpracuje velké množství informací, které je potřeba zvládnout k začlenění se do nové skupiny. Pokud se chce jedinec zapojit do skupiny, kde je nutná fyzická síla, je proces socializace stejný jako u získávání informací.

Socializace má tři základní fáze primární, sekundární a terciární.

Primární socializace je vzájemné působení uvnitř rodiny a končí individualizací jedince. Normy, které byly získány během tohoto procesu socializace, by měly být stabilní, ale mohou se během života i měnit. Primární socializace probíhá do 3. roku věku.

V sekundární fázi socializace mají na socializovaného vliv stále rodiče, ale také spolužáci, instituce (školy, kroužky, kluby) a média. Jedinec si v tomto období osvojuje chování v jednotlivých sociálních rolích. Dítě v tomto stádiu se rozhoduje samo o sobě. Odehrává se v období dětství, puberty a adolescence.

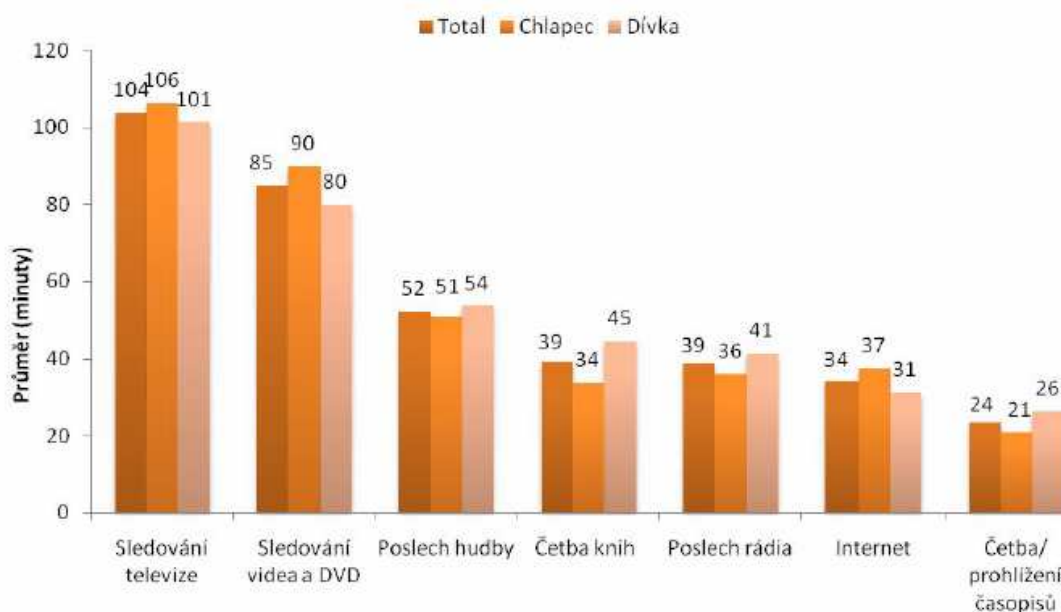
Terciární socializace je založena na adaptaci dospělého člověka do jednotlivých životních situací.

### **3.2. Vliv elektronických médií na děti a mládež**

Elektronická média zprostředkovávají dětem nové příležitosti komunikovat mezi sebou a vidět a slyšet ostatní děti prostřednictvím telefonu, rozhlasu, televize či internetu. Mnohdy však umožňují dětem také vstup do světa dospělých.

Děti a mládež patří k majoritní skupině posluchačů rozhlasu. Hudební stanice pro mládež dosahují vysokého posluchačského podílu, který např. v Belgii dosahuje až 68%, v ČR je to 40%. Důvodem je flexibilita programové skladby rádia, která se rychleji přizpůsobuje vývoji posluchačského vkusu mladých lidí. Toto je typické pro komerční rádia, kdežto veřejnoprávní rozhlasové vysílání musí oslovovat širší cílové skupiny. [11]

Ve sledování televize jsou děti významnou diváckou skupinou a mnohdy dosahují absolutního maxima denního sledování v rámci celé populace. V USA tráví děti (4-14 let) v průměru 4,5 hodiny před televizní obrazovkou denně, v Itálii a Rusku 3 hodiny, v ČR 1,5 hodiny, zatímco v Rakousku „jen“ 1 hodinu. Pokud dítě má televizi v dětském pokoji, je průměrný čas o 20 minut delší.



Graf č. 4 Čas v minutách, který děti tráví u jednotlivých médií

Zdroj: *Jsou české děti ovládány médii?* [online] Dostupný z:  
[www.mediaresearch.sk/file/89/tz-jsou-ceske-deti-ovladany-medii.pdf](http://www.mediaresearch.sk/file/89/tz-jsou-ceske-deti-ovladany-medii.pdf).

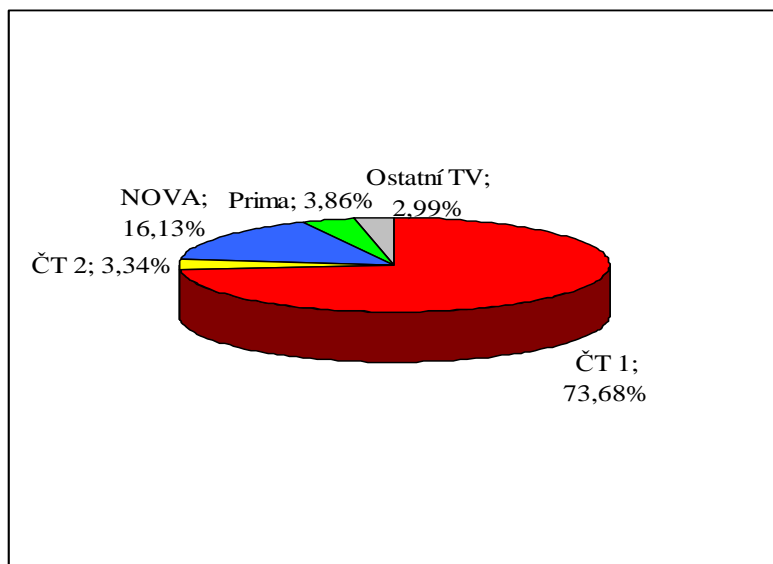
Z grafu je patrné, že děti preferují sledování televize, videa a DVD.

Televize patří k životnímu stylu a její naprosté uzavření dětem představuje extrém stejně jako mnohahodinové sledování. Německý mediální expert H. D. Ulf Stötzel řekl: „Pokud dítě nemá vůbec možnost sledovat televizi, je to pro jeho vývoj nebezpečné, protože mu chybí vědomost a zkušenost o významné součásti světa, do něhož vstupuje“.[10]

Pro děti školního i předškolního věku se stává televizní program častým tématem ke konverzaci. Jestliže dítě nezná žádný z programů, o kterém se baví spolužáci, hrozí mu pocit méněcennosti a vyřazení z kolektivu. Dítě nemusí vidět vše, ale mělo by mít možnost se zapojit do rozhovoru alespoň někdy.

Vhodně vybraný televizní program dětem umožňuje relaxaci a odbourávání stresu, avšak samotný výběr závisí na předchozí zkušenosti dítěte. Jestliže je dítě prostřednictvím televize vystaveno nové situaci, může být sledování takového programu naopak spojeno se zvýšenou psychickou zátěží. Toto platí především u dětí, ve věkové skupině 1-3. U těchto dětí je potřeba vyvarovat se pořadům, které obsahují

násilí, prudké dějové zvraty, agresivní hudbu nebo negativní vyústění příběhu. Naopak je vhodné opakování scén nebo kamarádství dětských postav. Vhodnými pořady jsou např. Kouzelná školka nebo Večerníček. Ze zahraničních např. Teletubies, který byl vytvořen ve spolupráci s dětskými psychology a pedagogy.



Graf č. 5 Sledovanost večerníků dětmi ve věkové skupině 4-9 let

Zdroj: *Jak se z diváka dělá koláč?* [online]. Dostupný z:  
<http://www.digizone.cz/clanky/jak-se-z-divaka-dela-kolac/>.

Sledování večerníčku je mezi dětmi stále oblíbené oproti jiným pořadům.

Ve skupině adolescentů (15-20 let) klesá počet hodin strávených u televize ve prospěch přátelských kontaktů, společenských akcí a studia. Osobní hodnocení významu médií klesá až k lhostejnosti, která je v této skupině často jen předstíraná.

Hodnocení obecného vlivu televize na psychiku mladistvých vychází z faktu, že působení jakékoliv informace je tím silnější, čím méně předchozích znalostí a zkušeností je k dispozici; závisí také na tom, jak adolescenti mají ustálené hodnotové a morální postoje. [10]



### 3.2.1. Vliv násilí na děti a mládež

Negativní vliv médií na děti a mládež je způsoben neustálým nárůstem násilí v televizi, počítačových hrách, na internetu či filmech na CD a DVD.

Vliv médií spočívá v tom, že děti, na rozdíl od dospělých, nedokážou rozlišit smyšlený příběh od reality. Působení obsahu jednotlivých médií na mladistvé má dlouhodobý charakter a tak má vliv na rozvoj jejich osobnosti. Kritickým obdobím je věk mezi 6.-8. rokem. V této době se formují postoje a názory na násilí, které pak většinou přetrvávají celý život.

Největší vliv na děti a mládež má televize. Jedním z důvodů je jednoduchá dostupnost a forma podávání informací.

Podle Františka Koukolíka má televizní násilí trojí vliv:

- děti se naučí agresivním postojům, chování a násilí jako způsobu řešení konfliktu
- vnímavost vůči skutečnému násilí se sníží
- vyvíjí se obava nebo strach, že se dítě samo stane obětí násilí (takzvaný syndrom zlého světa).

[19]

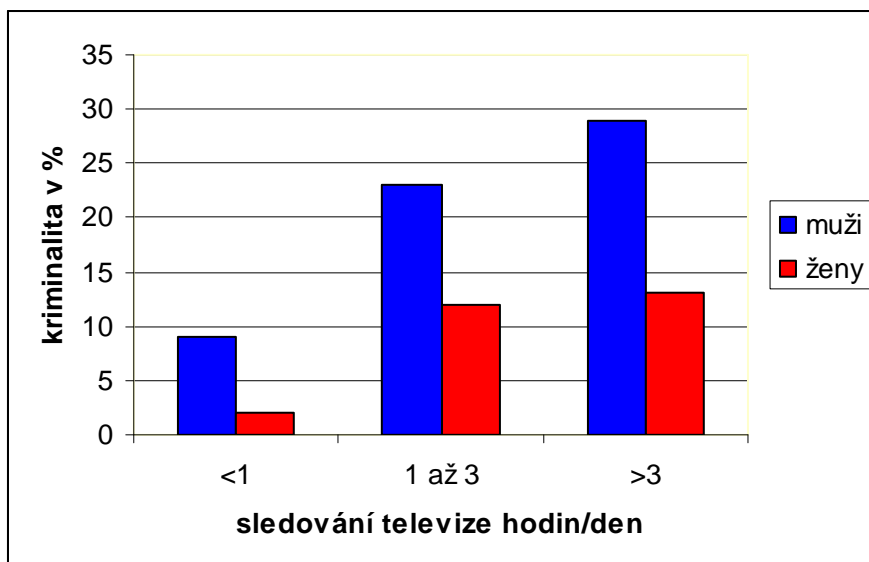
Tyto vlivy mohou být ještě doplněny o:

- chybné realistické zobrazení faktických zdravotních a dalších následků násilného činu, které může vést k jejich podceňování
- absence zobrazení právních důsledků pro pachatele násilí vede k pocitu beztrestnosti násilí a k oslabení mravního i právního vědomí.

[10]

Děti si na základě televizního vysílání vytvářejí modelové situace chování, podle kterých mohou v budoucnu samy jednat. U dítěte se to může projevat napodobováním dané situace. V průběhu dospívání může docházet k dotváření

modelových situací prostřednictvím počítačových her a reakce na určitý podnět se stane automatickou a vzniká nebezpečí násilné odezvy bez vědomé kontroly v reálných situacích. Např. německý 17-ti letitý mladík, který v březnu 2009 zastřelil 15 studentů střední školy, hrál před tímto činem velmi intenzivně počítačové hry.



Graf č. 6 Kriminalita v dospělosti v závislosti na sledovanosti TV v dětství

Zdroj: MUSIL, Josef. *Elektronická média v informační společnosti*. 2003

Podle některých odborníků lze pozorovat závislost mezi sledováním televize v dětství a kriminalitou v dospělosti.

Odborníci, kteří vylučují přímou závislost mezi sledováním násilí a brutalitou, přece jen připouštějí, že dochází ke změnám psychiky a chápání reality směrem k většímu pocitu ohrožení, nedůvěry k lidem, narůstá pravděpodobný strach a neklid a výsledná frustrace může vyústit do útoku, jako formy reakce na svět plný nebezpečí. [10]

Aby nedocházelo k masivnímu negativnímu ovlivňování mládeže médii, je důležitý dohled rodičů. Mezi základní pravidla, která by měli rodiče respektovat, (podle J.U Rooge), patří:

- Rodiče by měli zjistit motiv, který vede dítě k tomu, že se dívá na televizi

- zákaz televize nepomáhá, nevede k menší sledovanosti, ale k tomu, že dítě bude sledovat televizi tajně (např. u kamarádů, u prarodičů nebo v nepřítomnosti rodičů)
- televize by neměla fungovat jako výchovný prostředek
- sledování televize by mělo být podřízeno dětskému programu, nemělo by tomu být naopak
- děti by se neměly na televizi dívat samy
- rozhovory rodičů s dětmi o televizi by neměly obsahovat hrozby a znevažování, děti se pak cítí nepochopeny
- po skončení pořadu v televizi by se rodiče neměli hned vyptávat dítěte, dítě potřebuje určitý čas na zpracování informací

[8]

Televizní stanice, aby ochránily mladistvé před nevhodnými pořady, zavedly informační značení, které jednoduchou formou upozorňuje, jak velké je riziko daného pořadu.

Podobné zásady, jako při využívání televize, platí i pro internet pouze s tím rozdílem, že by rodiče měli být průvodci dětem mezi 2-7 lety. Měli by jim pomáhat vytvářet vlastní přezdívku a nacházet webové stránky s vhodným obsahem. V pozdějších letech by rodiče měli svým dětem připomínat, jaká nebezpečí a rizika přináší internet.

Podle evropského průzkumu z roku 2007 si 85 % rodičů myslí, že sledování televize má na jejich děti pozitivní vliv. Nejvíce oceňují rozšíření všeobecného přehledu a možnost výuky cizích jazyků. Rodiče se ale také domnívají, že televizní násilí způsobuje v dítěti agresivitu. U internetu se navíc obávají, že jejich dítě bude kontaktováno osobou s nekalými úmysly.

### **3.3. Společnost a pornografie**

Srovnatelně často jako násilí se v médiích objevuje pornografie a erotické pořady. To je především způsobeno změnou vnímání sexu po 2. světové válce.

Dle výzkumu zaměřeného na všeobecné mínění negativních vlivů médií v ČR bylo zjištěno, že vulgární vyjadřování vadí 76 % dotazovaných, násilné scény 71 %, ale sexuální scény jen 36 % lidí, ve Velké Británii vadí sex, drogy a násilí v reklamách 80 % obyvatel.

Médium, ve kterém se nejvíce objevuje pornografie, je internet. Podle britské společnosti Optenet je 35 % obsahu na síti pornografie. Průzkum byl proveden na 3 miliónech náhodně zvolených internetových adres. Pornografické stránky v roce 2008 byly druhé nejnavštěvovanější. Překonala je jen sociální síť FaceBook.

Protože internetová pornografie ovlivňuje mravní výchovu mládeže, existují internetové filtry a rodičovské zámky. V novějších operačních systémech, jako je Windows Vista, je tento způsob ochrany dětí jejich přímou součástí.

Pornografie se v televizi objevuje na placených kanálech. Lehčí forma erotiky se objevuje v nočních hodinách u většiny evropských komerčních televizí. Většinou je součástí filmů, hudebních klipů nebo reklamy.

### **3.4. Politický vliv médií**

Základní role médií spočívá ve vytváření a často i přetváření veřejného mínění. Politický vliv médií má za cíl ovlivňovat vědomí a motivovat chování jedince v politické oblasti, především v období voleb.

Vztah médií k politice, neboli k věcem veřejného zájmu, nelze v moderních společnostech oddělit od vztahu médií k politickému rozhodování. [4]

Podle veřejného průzkumu provedeného agenturou CVVM v roce 2005 a 2007 si lidé myslí, že média mají podstatný vliv na rozhodování politiků. Z průzkumu vyplývá, že toto působení se zvyšuje. Zatímco v roce 2005 opovědělo 23 % respondentů, že média ve velké míře ovlivňují rozhodování politiků, v roce 2007 to bylo již 26 % dotazovaných. Podle veřejného mínění má největší vliv na rozhodování politiků Česká televize a televizní stanice Nova.

Komunikační média, zejména televize, jsou občas pokládána za důvěryhodnější, než politici, o nichž tato média referují. [10] Média se cílevědomě snaží redukovat politické dění pouze na to, co se v nich odehrává. V recipientovi se snaží vytvořit pocit, že vystupování v televizi, rozhlas nebo rozhovor pro internetový portál je vrchol politikovy práce.

V České republice neexistuje závislost mezi politickou stranou a médiem. Sdělovací prostředky pouze plní roli prostředníka mezi politickými stranami a lidmi.

### **3.4.1. Média ve volbách**

Obecně se uznává, že televizní kampaň má podstatný vliv na výsledek prezidentských voleb. V USA se tento nástroj propagace při prezidentské volbě využívá od roku 1964. Tehdy konzultant demokratické strany Tony Schwartz zapojil do kampaně goebbelsovské metody a citovou reklamu. [10] Hlavním účelem bylo posílit v lidech vhodné emoce, které nakonec pomohly vyhrát prezidentskou volbu Lyndonu B. Johnsonovi. V dalších volbách se začalo dbát na vizáž kandidátů v televizních soubojích.

V České republice se mediální způsob propagace při volbách začal využívat v 90. letech 20. století. Za nejvlivnější formu v předvolební kampani se považuje televize, tisk a rozhlas. Nejvíce voliče v médiích ovlivňují diskusní a politické pořady.

Během předvolební propagace si lidé snaží utvářet názory na jednotlivé politiky a politické strany, často vznikají nepřehledné situace, v nichž se jedinec nedokáže

orientovat. Čím je tato problematika složitější, tím více potřebuje získávat ucelené názory z médií.

Vnímání průběhu voleb ovlivňuje důvěryhodnost médií a ostatních institucí. Po volbách v roce 2006 provedla agentura CVVM průzkum s cílem zjistit, jaká je důvěra ke společenským institucím. Mezi nejdůvěryhodnější patřil rozhlas (70,2 %), televize (67,7 %), armáda (61,3%), tisk (57,9 %) a policie (47,3 %).

Vliv médií na výsledek voleb je spjat především s uveřejňováním preferenčních průzkumů. Mezi volebními obdobími nemá zveřejňování volebních preferencí takový vliv na veřejné mínění jako ve volebním roce.

### **3.4.2. Metody a prostředky manipulace**

Elektronická média mají k dispozici účinnější prostředky vlivu než klasická média a proto přinesla mnohem větší míru politického vlivu.

Neobonapartismus je vnímán jako extrémní poloha politické role médií. Jedná se o stav, kdy se špičkový politik obrací na své stoupence nebo na všechny občany prostřednictvím sdělovacích prostředků a obchází, jak další delegované zástupce tak, všechny ostatní demokraticky zvolené struktury. [10] V takovéto situaci politik může využít svého charisma, populistických hesel a dalších metod manipulace, aby dosáhl svého cíle. Politik často chce svého záměru dosáhnout na úkor zájmu národa nebo jiných stran. Takováto situace může vyústit až do té míry, že jedinec na sebe strhne veškerou moc, aniž by reprezentoval politickou stranu. Právě touto cestou se v Německu dostal k moci Adolf Hitler. [10]

Neobonapartismus může být také chápán jako stav, kdy média preferují jednoho politika, byť tento jedinec sám neměl bonapartistické sklony. Média si tak z jedince vytvoří mediální ikonu, kterou drží v oblasti zájmu. V době svobodných médií se některá vzbouří proti tomuto politikovi a tomu nezbude nic jiného, než se pokusit tato média ovládnout. [9]

Prostředky politického vlivu médií jsou všechny mediální postupy ovlivňování vědomí a podvědomí diváka, posluchače či čtenáře. [10]

Jedná se zejména o tyto postupy:

- **Výběr zpráv:** O každém subjektu jsou k dispozici pozitivní, neutrální a negativní zprávy. Dávání přednosti jednomu druhu informací znamená z dlouhodobého hlediska ovlivnění veřejného mínění.
- **Směšování zpráv a hodnotícího komentáře:** V elektronických médiích je trend přidávání vlastního komentáře a úsudku k informaci. Osobní komentář je těžko rozeznatelný od sdělované zprávy, jelikož můžete být uveden v nadpise, popřípadě v úvodní větě.
- **Přehánění jednotlivých jevů:** Cílem je dramatizace zprávy, která jev výrazně zesiluje. Tento typ může vyvolat apel na strach. Jedná se o psychologické působení za předpokladu, že jedinec nemá dostatek času k zhodnocení celé situace.
- **Zkreslování skutečnosti ve zprávách a reportážích:** Dochází především ke sdělování neúplných informací, vynechání částí obrazové nebo zvukové informace, přerážení záběru oproti skutečnosti nebo podložení obrazu sugestivní hudbou.
- **Neobjektivní komentář:** Reportér může u skutečných záběrů vyvolat v divákovi nerealistickou představu o celé situaci.
- **Cílený výběr osob do diskusních pořadů:** Výběr do pořadů probíhá na základě mediální přitažlivosti osob. Při zanedbání výběru může dojít až poškození image strany.
- **Jednostranné moderování diskusí a debat:** Do této skupiny patří i agresivní vedení rozhovoru. Jejím cílem je zesměšnit politika. Tento styl novinářského rozhovoru bývá doprovázen tvrzením „politik musí být schopen odolávat“. [10]

Metody je možné kombinovat a užít na jakékoliv politické téma a situaci.

K tomu, aby v demokratické společnosti nedocházelo k využívání těchto postupů, je důležité vytvořit důsledný a skutečný pluralismus. Pluralitní systém by měl být nestranný a vyvážený.

### **3.5. Mediální legislativa a regulace**

Cílem vytvoření regulace médií je garantování a sladění zájmů provozovatelů médií a pluralitních zájmů ostatních občanů. [11] Hlavní problém demokratické společnosti je odlišení regulace od přímého řízení.

Přímé řízení je dosažení daného pozitivního cíle nebo alespoň stavu, který je za pozitivní považován. Dojde-li k přímému řízení, znamená to omezování svobody projevu a posléze může vést až ke konci svobody, zatímco regulace se snaží zamezit vybraným nežádoucím jevům. [11] Členové levicově orientovaných politických stran mohou regulaci pokládat za nedostatečnou, ale ultraliberálové ji budou chápat jako škodlivý a nežádoucí prvek.

Mezi základní typy regulace patří institucionální regulace a autoregulace.

Institucionální regulace obsahuje legislativní úpravy a normy regulující média z vnějšku, zatímco autoregulace zahrnuje etické kodexy a normy chování, které jsou přejímány jednotlivými pracovníky médií, popřípadě mediálními institucemi dobrovolně. Autoregulace je přijímaná stále častěji, protože na rozdíl od institucionální regulace přináší výhody. Mezi ně patří lepší vnímání dobrovolnosti než příkazů.

Regulace v oblasti médií se týká vstupu do mediální oblasti (licenční a regulační politika) a obsahu činnosti (zákazy a další limity, které se týkají publikování a vysílání). V demokratické společnosti se ustálil stav, kdy tisk není tak masivně regulován jako televizní či rozhlasové vysílání, která jsou limitována přístupem i v obsahem.



Základním důvod regulace přístupu k vysílání spočívá v omezeném množství technických prostředků k šíření signálu. Do regulace přístupu patří i regulace koncentrace a křížení vlastnictví v médiích. [10] To zahrnuje ochranu konkurenčního prostředí a pluralitu médií.

Regulace obsahu sice pomáhá chránit společnost před škodlivými důsledky médií, ale také může být v rozporu se svobodou projevu. Proto je nutné, především u komerčních médií, vytvořit hranice, jejíž překročení by mohlo být nežádoucí. [10]

Regulace reklamy v elektronických médiích se týká nejen obsahu, ale i rozsahu. V každé zemi je regulace médií nastavena jinak. Ve Velké Británii nebylo možné ještě v roce 2007, před 21. hodinou, uveřejnit reklamu, která by se týkala primárních funkcí těla např. reklama na dámské hygienické potřeby, tyčinka na opary atp.

Regulace nesmí zvýhodňovat konkrétní subjekty na úkor jiných. Vyvážená regulace bere v úvahu následující faktory:

- ekonomika vysílání – cena reklamy x kupní síla
- míra konkurence
- způsob financování veřejnoprávního vysílání
- situace na celém reklamním trhu

[10]

Ve všech demokratických státech existuje regulační orgán elektronických médií. V České republice je společným orgánem pro regulaci komerčního a veřejnoprávního vysílání Rada pro rozhlasové a televizní vysílání. Dalším orgánem, který kontroluje pouze veřejnoprávní média, je Rada České televize a Rada Českého rozhlasu.

## 4. Sociální chování jedince a internetizace

Sociální chování je chování jedince uvnitř společnosti.

Chování člověka lze chápat jako veškeré vědomé i nevědomé lidské projevy komunikace. To zahrnuje řeč, myšlení, hlasové projevy, oblékání, výrazy tváře, gestikulaci atp. Způsoby, které uspořádávají chování do sociálně typických šablon, představují sociální role.

Jakýkoliv jedinec, v rámci chování, pak tedy zaujímá sociální roli. Ta lze definovat jako výběrové předvádění chování, které je jako celek členy sociální skupiny nebo komunity považováno za individuální projev přiměřený situaci. [9]

Sociální role je úzce spjata se sociálním statutem. Role je dynamická stránka statusu. Aby si člověk udržel sociální status musí hrát příslušné role. [9]

V rámci internetu může jedinec zaujímat např. roli žáka e-learningového kurzu, účastníka blogu, v internetovém obchodu roli kupujícího nebo prodávajícího, v zaměstnaneckém poměru nadřízeného nebo podřízeného aj. Role se také může vytvářet na úrovni přátelství, které probíhá v rámci chatu, IM nebo webu 2.0.

### 4.1. Web 2.0

Web 2.0 je druhou generací webových služeb, která lidem umožňuje spoluvytvářet a sdílet informace novým způsobem, např. pomocí sociálních sítí, wiki systémů, komunikačních nástrojů a folksonomie. [15]

Mezi základní charakteristiky webu 2.0 patří:

- **Koncentrace uživatelů a dat:** Existuje přímá závislost mezi množstvím dat a počtem uživatelů, např. konkurovat aukčnímu portálu eBay je v dnešní době téměř nemožné. Konkurenční portál by musel obsáhnout velké množství dat za

velmi krátkou dobu a jeho nabízené služby by musely být pro zákazníka lepší, jinak by se uživatelé vrátili zpět na eBay.

- **Formátové sjednocení:** Nezávislost obsahu a formy, která umožňuje sjednocení datových zdrojů do jedné aplikace. Jedná se především o náhradu značkovacího jazyka HTML, který přestal vyhovovat především pro svou složitost, za značkovací jazyk XML, jenž odstraňuje jeho nevýhody a přináší další flexibilitu.
- **Uživatelé přidávající hodnotu:** Spočívá v aktivní spolupráci na webu. Mezi základní výhody patří uživatelská loajalita, nízké náklady, aktuálnost a zajímavost obsahu.
- **Komunikační model many – to - many:** Mění ustálené trendy v komunikaci a tak umožňuje oslovit masové publikum a při tom je zachován individuální přístup.
- **Producent/Konzument =Prozument:** Konzument je zároveň producentem nebo alespoň svou spoluprací produkci výrazně ovlivňuje, např. blogy.
- **Long Tail:** Umožňuje lepší zacílení webu prostřednictvím odkazů a tím napomáhá soustředit se na méně četné skupiny

[15]

#### 4.1.1. Blogy

Weblog je webová aplikace obsahující periodické příspěvky na jedné webové stránce, které bývají zpravidla chronologicky seřazeny. [15]

Weblogy tvoří:

- **Osobní blogy:** jsou to zápisy vlastních myšlenek, názorů, pocitů, příběhů, zážitků, uveřejňování vlastních obrázků, fotografií atp.

- **Firemní blogy:** představují nový komunikační kanál mezi institucí a okolním světem. Pomáhá podniku vytvářet dobrou image, která oslovuje potencionální zákazníky. Čtenářům tohoto blogu umožní nahlédnout, co se ve firmě děje např. jak probíhá její obchodování.
- **Odborné blogy:** slouží jako důležitý zdroj informací. Tyto blogy píší zejména jedinci, kteří rozumí nějaké oblasti, např. podnikání.

Formát blogů může být různorodý, od prostého seznamu odkazů na webové stránky až po dlouhé webové texty. Téměř vždy bývají jednotlivé příspěvky označeny datem a časem. Mnohé záznamy, v rámci blogu, nabízejí přehled ve formátu RSS.

Při psaní blogu by se měl autor (blogger) držet následujících pravidel:

- psát jen to, čemu rozumí
- měl by se odkazovat na doplňující a vysvětlující odkazy případně poskytovat RSS kanál
- psát články, které jsou pro čtenáře užitečné
- formulovat myšlenky pozitivně a nebát se vyjádřit vlastní názor, emoce nebo nesouhlas
- používat krátké odstavce
- vyjadřovat se stručně
- pravidelně přispívat
- vhodně komentovat jiné weby

[17]

### 4.1.2. Wiki systémy

Systémy wiki jsou založeny na tom, že uživatelům dovolují nejen spoluvytvářet obsah webových stránek, ale navíc ho mohou i měnit. Podobně by se daly označit i ty software, které udržují tyto weby.

Dokumenty jsou u wiki systémů vytvářeny pomocí jednoduchého značkovacího jazyka prostřednictvím běžného webového prohlížeče. Jedna strana ve wiki se nazývá wiki strana, celá skupina těchto stránek, které jsou propojeny, se pak nazývá wiki systém.

Mezi základní charakteristiky wiki systému patří jeho snadná tvorba a aktualizace. Před přijetím obsahu stránky není prováděna žádná kontrola. Wiki systémy může využít široká veřejnost, jenž má přístup k těmto serverům. U většiny případů není požadována ani registrace. Případná nepovinná registrace vychází z toho, že u uživatelů převládá pozitivní motivace, díky níž nemají důvod k záměrnému poškozování či vandalismu. Pokud by se i tak našel nějaký jedinec, který by cíleně poškozoval obsah těchto stránek, mohou wiki systémy omezit přístup či zápis na základě blokace IP adresy nebo přihlašovacího jména.

Některé wiki mají taková bezpečnostní opatření, že umožňují přepnutí databáze do read-only módu, zatímco jiné mohou editovat pouze zavedení uživatelé. Obecně řečeno, jakékoli škody způsobené vandaly, mohou být snadno a rychle napraveny. Problém nastává v případě malých chyb vložených do stránek, které zůstanou nepostřehnuty, např. chybné datum či jméno apod.

O kvalitu článků se starají správci, což jsou uživatelé, kteří jsou považováni za důvěryhodné, díky čemuž mají přístup k nástrojům pro správu (blokování nežádoucích uživatelů, uzamykání obsahu atd.).

Wiki systémy se týkají veřejného i soukromého sektoru. V současnosti existuje mnoho wiki systémů, které pomáhají řešit různě komplikované úlohy. Např. od organizace školního výletu až po vývoj nového automobilu. Obchodní společnosti používají wiki

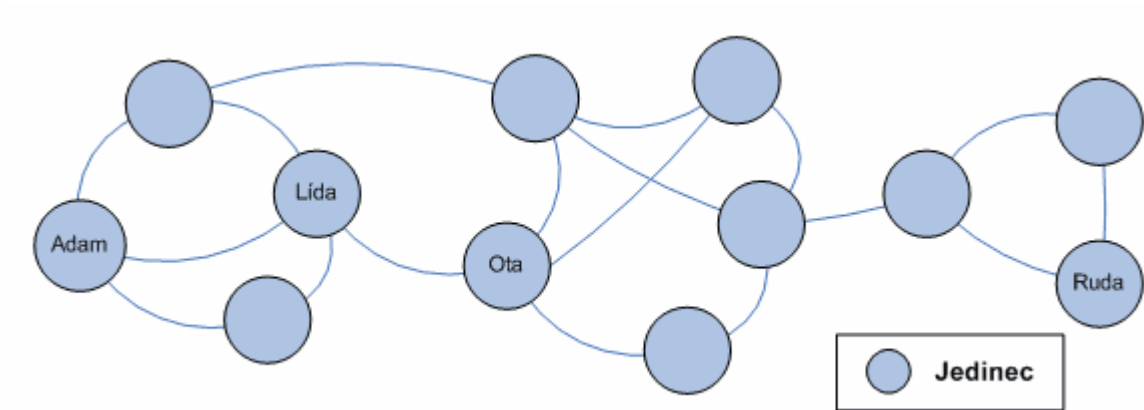
systémy jako efektivní a oblíbený prostředek ke sdílení znalostí a zkušeností. Jejich uplatnění je zejména v oblasti IT. [15]

Nejznámější wiki systém je elektronická encyklopedie Wikipedia, kam může přispívat kdokoli. Ta se dá pokládat za první příklad webu 2.0. Kvalita článků Wikipedie je srovnatelná s nejprestižnější encyklopedií světa – Britannicou, což dokazuje test, který byl uveden v roce 2005 v časopisu Nature. Přitom počtem zpracovaných hesel Wikipedia o úroveň překonává Britannicu. O to více překvapující je to, že Wikipedia byla vytvořena před několika lety, zatímco Britannica je neustále aktualizována již více než sto let.

#### **4.1.3. Sociální sítě**

Sociální síť je skupina lidí, obvykle stejné věkové kategorie, s podobnými názory, kteří se navzájem ovlivňují. Síť může být tvořena na základě společných zájmů, rodinných a přátelských vazeb nebo na základě pragmatických důvodů, např. ekonomických, politických nebo kulturních. [15]

Internet a jeho možnosti se staly vhodným prostředím pro vznik sociálních sítí. Především je to způsobeno neustálým odstraňováním geografických a sociálních rozdílů mezi jednotlivci. První internetovou sociální sítí byla Classmates, která vznikla v roce 1995. V srpnu 2008 měla přes 40 milionů zaregistrovaných uživatelů, především z USA a Kanady. Další sítě, které vznikly na stejném základě jako Classmates, jsou FaceBook nebo MySpace.



Obrázek č.1 Znáznornění sociální sítě

Zdroj: JANČA, Jan. *Sociální sítě a lidské zdroje* [online]. Dostupný z: <<http://www.cognito.cz/internet/socialni-site-lidske-zdroje/>>.

Sociální síť lze zobrazit pomocí uzlů a čar. Uzly představují osoby nebo instituce, zatímco čáry znamenají vazby mezi nimi.

Vstup do sociálních sítí probíhá na základě registrace, k níž je obvykle nutno zadat jméno, příjmení, emailovou adresu, pohlaví a datum narození. Podle data narození se vypočítává věk registrovaného, jemuž musí být více jak 13 let. Při registraci mladistvých často dochází k záměrnému uvedení jiného data narození, aby se i mladší uchazeč mohl stát členem sociální sítě. Proto Evropská komise vydala varování před ohrožením, které plyne z on-line komunikace dětí a mladistvých prostřednictvím sociálních sítí.

Evropská komise byla iniciátorem dohody mezi 17 předními internetovými firmami, např. Bebo, Google/YouTube, FaceBook, MySpace a dalšími. Podnětem pro vytvoření byl neustálý nárůst členů v sociálních sítích. V současné době mají sociální sítě v Evropě 41,7 milionů aktivních uživatelů a do roku 2012 se odhaduje jejich počet až na 107 miliónů. K tomu, aby mohly sítě neustále růst, je potřeba znát rizika a dělat taková opatření, aby se minimalizovala.

Mezi hlavní rizika ve společenských sítích patří:

- internetová šikana
- grooming (dospělí se snaží seznámit s dětmi se záměrem je sexuálně zneužít)
- odhalování osobních informací

[18]

Hlavní cíle, jak tato rizika omezit:

- dostupné tlačítko, které nahlásí zneužívání
- soukromé osobní nastavení nezletilých uživatelů
- zákaz vyhledávání profilů nezletilých
- poskytování záruk, že profil nezletilých vidí pouze přátelé
- zamezení vstupu osob mladších 13 let

[18]

Provozovatelé sociálních sítí by měli do dubna 2009 oznámit Evropské komisi, jaká budou dělat opatření a jakými způsoby budou implementována.

Podle toho komu jsou sociální sítě určeny, lze rozlišit:

- sítě určené pro všechny - FaceBook, MySpace, Lide
- specializované sítě – LinkedIn

#### **4.1.3.3. FaceBook**

FaceBook je sociální síť, kterou vytvořil Mark Zuckerberg, student Harvardské univerzity v roce 2004. Původně byla určena pro studenty tamní univerzity, ale ještě v roce 2004 se rozšířila i na další univerzity. Na začátku roku 2006 začaly tuto síť využívat velké společnosti a koncem roku už byla otevřena pro širokou veřejnost starších 13 let. Začátkem roku 2007 se stal FaceBook největším celosvětovým studentským webem. V roce 2007 pak sedmým nejnavštěvovanějším portálem světa,



přičemž v roce 2006 byl na šedesátém místě. Odhadovaná cena této sociální sítě se pohybuje okolo 15 miliard dolarů a zatím neustále roste.

I v České republice zaznamenává FaceBook neustálý nárůst. Zatímco v říjnu 2008 bylo registrováno více než 100 000 uživatelů, v lednu 2009 už to bylo přes 250 000 registrovaných členů. I přes tento nárůst jsou české sociální sítě, např. Lide nebo Libimseti, navštěvovány více než zahraniční servery.

Úspěšnost FaceBooku spočívá ve spojení všeho, co společnost zajímá a baví. Mezi jeho základní možnosti patří:

- vytvoření vlastního profilu
- psaní statusu
- hledání přátel
- sdílení textů, fotografií a videí
- chatování mezi přáteli
- posílání dárek ve formě obrázků nebo animací
- uveřejňování reklamy a inzerce
- vytváření skupin

Dalším důvodem, proč je FaceBook tak populární, je, že jedinec si může vybrat, v jaké společnosti se bude pohybovat a kdo bude mít přístup k jeho profilu a fotografiím.

Osobní údaje jedince si mohou prohlížet pouze jeho přátelé, přitom nemusí jít o skutečné přátele. Označení „přítel“ se ve Facebooku může dát takový obsah, jaký jedinec potřebuje. Například se může jednat o spolužáky, kolegy či úplně neznámé lidi. Jestliže se vezme v úvahu, že FaceBook má 200 milionů uživatelů, má nyní každý uživatel v průměru 120 přátel.

Hlavní nevýhodou FaceBoku a všech sociálních sítí je ztráta soukromí a možné opomenutí, že v „seznamu přátel“ se nenacházejí jen skuteční přátele. Například hokejista Jiří Tlustý se nechal vyfotit zcela nahý a vystavil tuto fotografii na FaceBook. Toto foto se během několika měsíců stalo volně přístupné na internetu. [7] Pokud jedinec nechce, aby docházelo k zveřejňování citlivých údajů, měl by dodržovat základní pravidla:

- **Zveřejnění vhodné profilové fotografie:** Výběr by měl probíhat s vědomím, na co jedinec FaceBook využívá, zda se jedná o soukromé či pracovní účely.
- **Psaní autobiografie:** Uvádět jen základní údaje, nežádoucí je uvést o sobě vše.
- **Vhodné umístění obsahu, odkazu a novinek:** Obsah by měl vyjadřovat, jaký uživatel je nebo jaké jsou jeho zájmy, nemělo by docházet k uveřejňování všech novinek nebo událostí, které jedinec prožívá.
- **Uvědomění si, s kým komunikace probíhá:** Ve FaceBooku může komunikace probíhat v celé síti nebo jen v úzkém okruhu. Jestliže jedinec položí dotaz celé síti, měl by být více obecný, než v úzkém okruhu.
- **Zvolení vhodného tónu komunikace:** V komunikaci s okolím by měl být uživatel zdvořilý a sdělovat pouze takové informace, které by mohly být sděleny i v reálném světě.

Služba FaceBook vyvolala v České republice mnoho námětů k diskuzím. Jedním z nich je zveřejnění fotografií kojících matek ve svých profilech, které Facebook, v rámci bezpečí a omezení šíření pornografie, stáhl.

#### 4.1.3.3. LinkedIn

LinkedIn je specializovaná sociální síť, která začala fungovat v květnu 2003. V současné době má přes 35 milionů uživatelů.

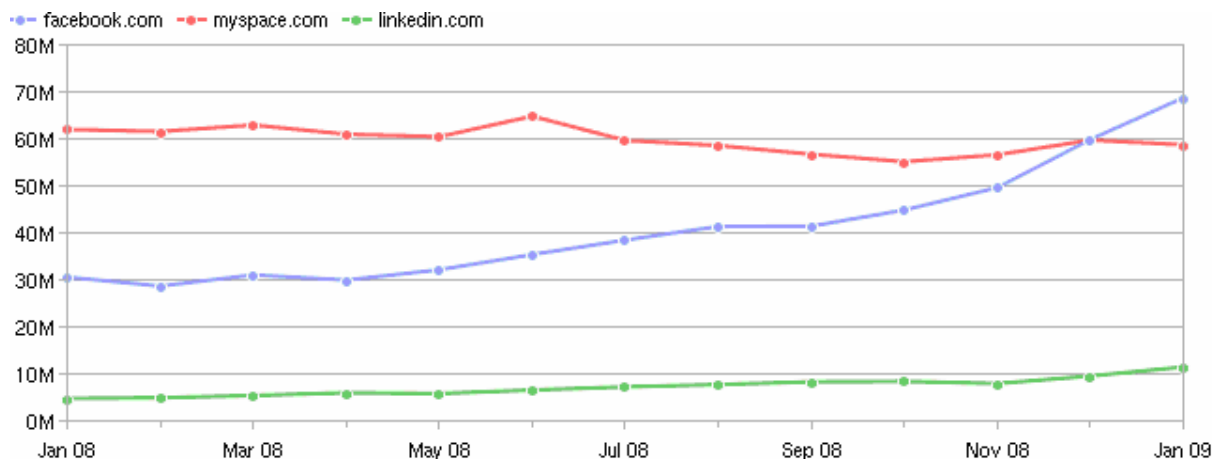
Cílem této sítě je rozšiřovat okruh přátel a navazovat nové vztahy s lidmi z oboru, kteří člověku pomohou v dalším profesním růstu. Stálé udržování kontaktů také udržuje přehled o tom, co dělají přátelé a známí, a i když tyto kontakty nejsou přímo z oboru, mohou být užitečné pro další profesní vývoj.

Pracovní agentury nebo personální oddělení vyhledávají pomocí tohoto druhu sítí vhodné pracovníky na danou pozici ve firmě. Jedná se především o odborníky v oblasti IT, manažery a specialisty v různých oborech.

Mezi základní služby LinkedIn patří:

- **People:** Umožňuje jedinci kontaktovat lidi na základě předem zvolených parametrů lokace, profese nebo klíčových slov.
- **Jobs:** Využívá se především při hledání vhodného zaměstnání.
- **Answers:** Obsahuje otázky a odpovědi z různých oborů. Uživatel může klást otázky, které ho zajímají a také může na dotazy, kterým rozumí, odpovídat.
- **Service Providers:** Zobrazuje možnosti, jak získat doporučení od svých klientů, popř. lidí v blízkém okruhu.

Dalšími službami jsou např. psaní blogů, LinkedIn nástroje, atp.



Graf č. 7 Nárůst uživatelů v sociálních sítích

Zdroj: *Facebook je v kurzu. Jak si stojí proti MySpace a LinkedIn?* [online]. Dostupný z: <http://www.wowdaily.info/tag.asp?tag=Facebook.com>.

Z grafu je patrné, že společenské sítě FaceBook a Myspace jsou stále oblíbenější. Popularitu si získává i specializovaná síť LinkedIn. Denně se v průměru registruje do sítě Facebook 600 000 nových uživatelů po celém světě. U Myspace a LinkedIn není tento nárůst tak markantní.

#### **4.1.3.3. Budoucnost elektronických sociálních sítí**

V současné době začínají být sociální sítě přístupné prostřednictvím mobilních telefonů a stále častěji bývají propojovány s lokalizačními systémy GPS. Každý snímek pořízený zařízením, které má v sobě příslušný čip, je automaticky označen GPS souřadnicemi a přesným datem.

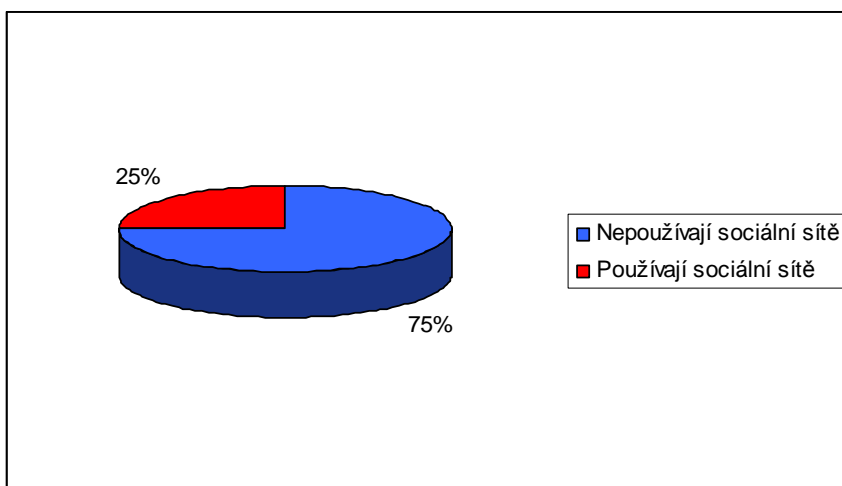
Časopis Wired uskutečnil pokus na náhodně vybrané ženě, která fotila v parku. Redaktor, který ji pozoroval, si zapamatoval přesný čas a následující den prohledal několik severů, na nichž by žena mohla fotografii umístit. Fotografie našel podle přesných souřadnic a času, kdy byla pořízena. Pomocí internetu se dozvěděl o ženě, kde bydlí, jaké je její zaměstnání a s kým se přátelí. Na tomto jednoduchém příkladu bylo dokázáno, že propojováním moderních technologií a internetu, ztrácí jedinec značnou část svého soukromí. Dalším příkladem je nová aplikace Google Latitude, která umožňuje, pomocí mobilního telefonu vybaveného navigací, sledovat zeměpisnou polohu svých přátel.

## **4.2. Dotazníkové šetření**

Pro získání informací a lepší pochopení problému vlivu sociálních sítí byl vypracován dotazník (viz příloha), který obsahuje 11 otázek.

Otázky 1-3 se zaměřují na dotazovanou osobu.

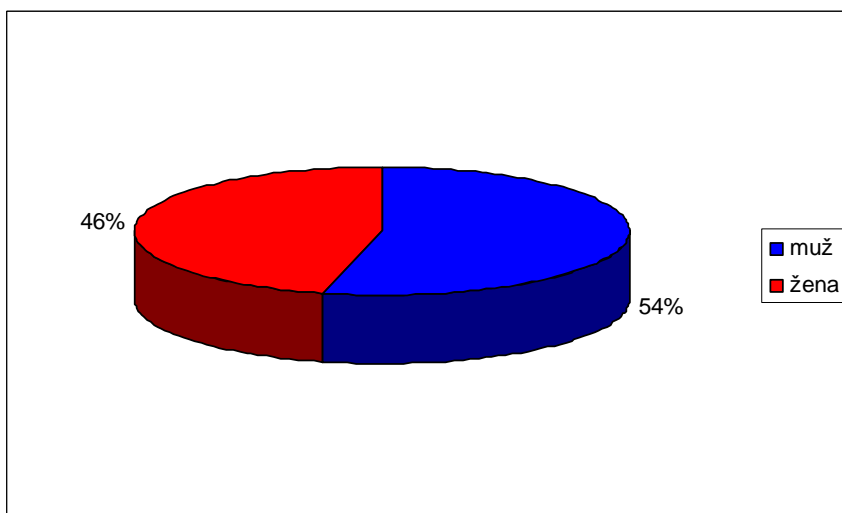
**První otázka** je zaměřena na to, zda respondent využívá sociální sítě. Dotazník byl rozdán 150 lidem, z toho 50 respondentů odpovědělo, že využívá sociální sítě a tyto výsledky byly zpracovány.



Graf č. 8 Používání sociálních sítí

Z grafu je patrné, že sociální sítě využívá 25 % respondentů.

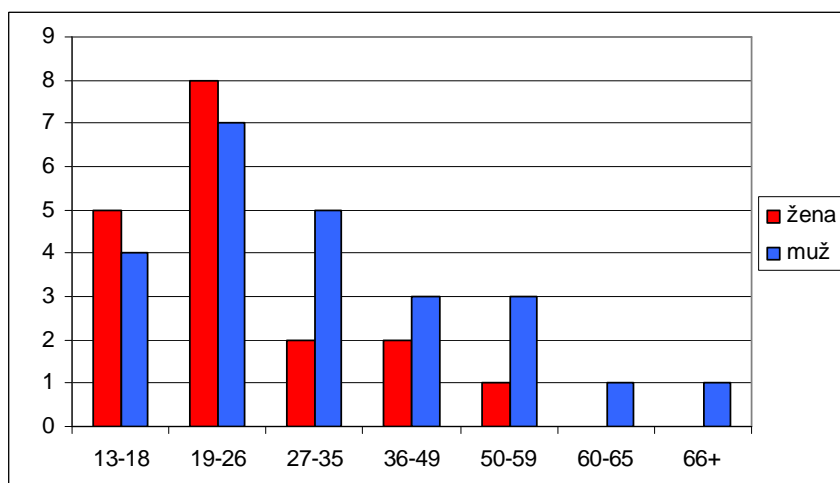
**Druhá otázka** zjišťuje pohlaví. Má ukázat, zda sociální sítě používají více muži nebo ženy. Mezi respondenty, kteří odpověděli, že sociální sítě používají, bylo 23 žen a 27 mužů.



Graf č. 9 Používání sociálních sítí muži a ženami

Z grafu je patrné, že muži využívají sociální sítě více než ženy.

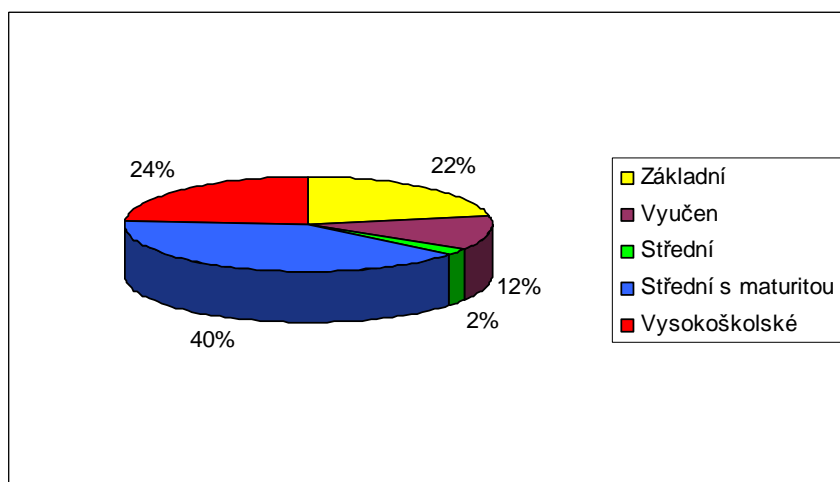
**Třetí otázka** zjišťuje věk dotazovaného. Ten je rozdělen do sedmi intervalů a má postihnout, jak která věková kategorie sociální sítě využívá.



Graf č. 10 Používání sociálních sítí jednotlivými věkovými skupinami

Z grafu je patrné, že nejvíce jsou v sociálních sítích registrováni lidé mezi 19-26 lety. Jeden z důvodů může být udržování vzájemných vztahů mezi spolužáky a přáteli, které jedinec z jakéhokoli důvodu přestal vídat. Dalším důvodem může být také to, že lidé v tomto věku mají mnoho různých zájmů a orientují se na lidi s podobným zaměřením.

**Čtvrtá otázka** vyhodnocuje nejvyšší dosažené vzdělání. Tato kategorie se člení do pěti skupin.



#### Graf č.11 Používání sociálních sítí dle vzdělání

Graf vyjadřuje, že sociální sítě využívají nejvíce lidé se středním vzděláním, poté lidé se vysokoškolským a základním vzděláním. Naopak nejméně je vyučených v různých oborech.

Otázky 5 -11 jsou koncipovány tak, aby ukázaly, k čemu jedinec používá sociální sítě a jak často se připojuje.

**Pátá otázka** má zjistit, jakou sociální síť respondent používá. Jedinec si může vybrat z 8 možných odpovědí. V nabídce jsou nejpoužívanější české a světové sociální sítě.

Tabulka č.2

#### Používání jednotlivých sociálních sítí respondenty

Sociální síť	FaceBook	Orkut	LinkedIn	MySpace	Spoluzaci	Libimseti	Lide	Jiné
<b>13-18</b>	4	-	-	-	6	9	6	-
<b>19-26</b>	6	2	1	2	11	7	8	2
<b>27-35</b>	4	1	3	3	5	-	4	1
<b>36-49</b>	3	-	1	2	3	-	2	-
<b>50-59</b>	-	-	-	-	3	-	2	-
<b>60-65</b>	-	-	-	-	1	-	-	-
<b>65+</b>	-	-	-	-	1	-	-	-
<b>Celkem</b>	17	3	5	7	30	16	22	3

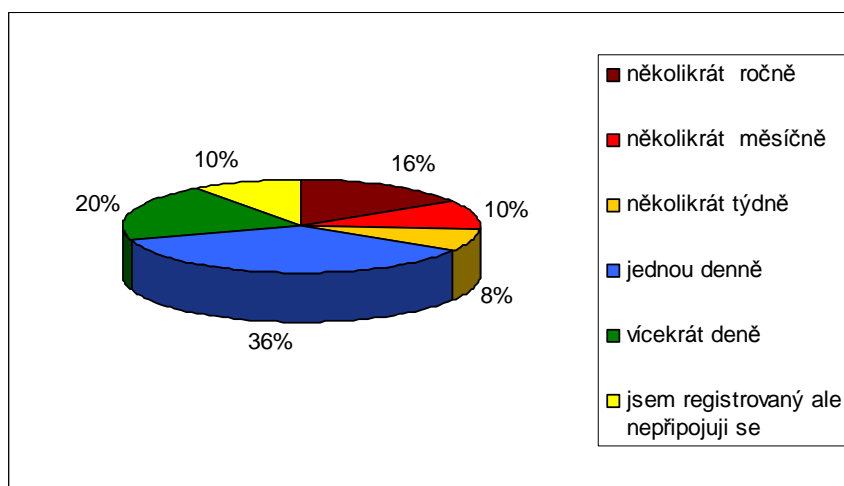
Tabulka vyjadřuje, jaké sociální sítě jedinci využívají, (jedinec může mít registraci i ve více sociálních sítích).

**Šestá otázka** se zaměřuje na možnosti, které jedinci nečastěji využívají v sociální síti. Tato otázka nenabízí žádné odpovědi a tak dává prostor respondentům vypsát, jaké služby používají.

Mezi nejvyužívanější možnosti patří:

- zábava (testy, hry, posílání dáreků)
- kontakt s přáteli
- udržování pracovních kontaktů
- sdílení dokumentů

**Sedmá otázka** zkoumá, jak často se uživatel připojuje k sociálním sítím. Otázka nabízí pět základních možností.

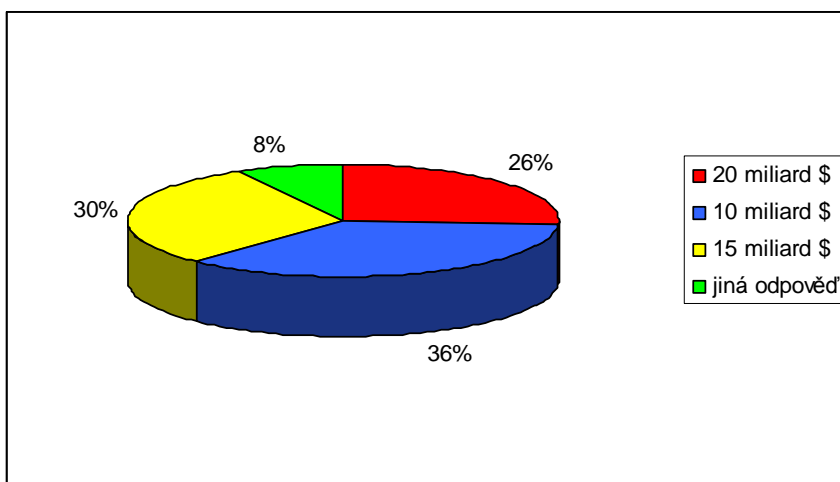


Graf č. 12 Četnost připojování uživatelů do sociálních sítí

Graf znázorňuje, že jednou a vícekrát denně se připojují lidé se základním a středním vzděláním. Lidé s vysokoškolským vzděláním vstupují do sítě jen několikrát týdně. Vyučení lidé využívají služeb sítě pouze několikrát do roka.

**Osmá otázka** je zaměřena na cenu největší sociální sítě FaceBook. Respondentovi jsou při odpovědi nabízeny možnosti v miliardách dolarů, pokud si však myslí něco jiného může se k tomu vyjádřit.





Graf č. 13 Odhadovaná cena sociální sítě Facebook

Nejčastější odpověď na tuto otázku bylo 10 miliard dolarů. Respondenti, kteří odpověděli, jinak uváděli nižší cenu než je 10 miliard dolarů. Přitom odhadovaná cena je 15 miliard a neustále roste.

**Devátá otázka**, otevřená, sleduje odhad registrovaných uživatelů ve dvou celosvětově největších sociálních sítí.

Respondenti uváděli různé hodnoty u obou sledovaných sítí (FaceBook, MySpace), přičemž odhadovaný počet uživatelů FaceBooku a MySpace se pohyboval v intervalu od 500 000 do 1 miliardy.

Skutečný počet uživatelů ve Facebooku je přes 150 milionů a v MySpace je toto číslo jen o několik milionů nižší. Přesný počet členů v těchto sítích lze stanovit jen přibližně, neboť každý den se na celém světě registruje v průměru 250 000 nových uživatelů.

**Desátá otázka** zkoumá povědomí jedince o znalosti českých sociálních sítí. Tato otázka je také otevřená nenabízí, aby se ukázalo, zda jedinec zná nějaké české sociální sítě a které z nich pokládá za nejnavštěvovanější.

Za nejznámější sítě jsou pokládány spolužáci.cz, libimseti.cz a lide.cz.

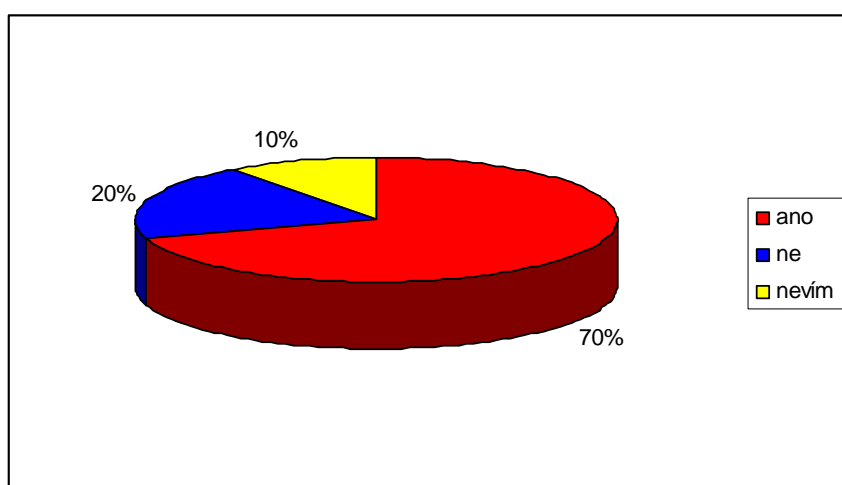


Graf č.14 Využívání sociálních sítí v ČR

Zdroj: *Facebook.com začíná ohrožovat české sociální sítě* [online]. Dostupný z: <http://www.pooh.cz/pooh/a.asp?a=2015367>.

Jak je z grafu patrné, je největší českou sociální sítí lide.cz, pak následují spoluzaci.cz a libimseti.cz. Pro srovnání je uvedena síť FaceBook, která zaznamenává i v ČR svůj boom.

**Jedenáctá otázka** je zaměřena na rizika, která plynou z používání sociálních sítí. Jedinci jsou nabídnuty 3 možnosti ANO, NE a NEVÍM. V rámci této otázky je prostor pro vysvětlující poznámku. Tím je možno upřesnit, čeho se lidé nejvíce obávají.



Graf č.15 Jak se cítí uživatelé ohroženi sociálními sítěmi

Dotazovaní považují za největší nebezpečí sociálních sítí ztrátu soukromí a možné zneužití osobních údajů.

## 5. Závěr

Vědecko-technická revoluce, zmíněná v úvodu, graduje v posledních dvou desetiletích, během nichž dochází k neustálé inovaci nových technologií, jež jsou následně aplikovány v rozvoji elektronických médií. Z historického hlediska je zřejmé, že média se neustále vyvíjí a zdokonalují se, např. původní Bellův telefon prošel dlouhým vývojem až do podoby dnešního mobilního telefonu. To obecně platí i o ostatních médiích. Vzniklá situace vede ve svém důsledku i ke konvergenci médií. Skutečný význam má pro budoucnost jen to médium, které se dokáže integrovat s jinými médii a tím si trvale udržuje možnost neustálého rozvoje.

V současné době lze říci, že vliv médií je celospolečenský a celosvětový. Nedílnou součástí komerčních médií jsou reklamy, jež jsou cíleně zaměřeny na ovlivňování a manipulaci lidí. Dospělý člověk by si měl sám udělat vlastní úsudek a svobodně se rozhodnout, jak s dostupnými informacemi naložit. V této souvislosti se jeví dětská populace jako nejsnáze ovlivnitelná, jelikož ještě nezískala všeobecné znalosti a potřebné zkušenosti. Pokles počtu dětských čtenářů má za následek zvýšení počtu dětí využívajících elektronická média. Zvláště velké riziko přináší agresivita na obrazovce a pornografie na internetu.

Nový způsob vytváření webových interaktivních aplikací umožňuje všestranné sdílení informací prostřednictvím wiki systémů, weblogů a komunikace v sociálních sítích. Zvláště sociální sítě (SNS – Social Networking Sites) se jeví jako perspektivní forma komunikace a proto jsem se zaměřila na zdokumentování současného stavu. Z výsledku dotazníku vyplynulo, že lidé si často uvědomují rizika, které plynou z používání sociálních sítí, ale přesto se další a další registrují.

Vliv rozhlasu a televize na recipienty v nejbližších letech zůstane pravděpodobně na stejné úrovni. V oblasti internetu dojde, podle prognóz, k velmi rychlému nárůstu uživatelů sociálních sítí. To povede, podle mého názoru, k separaci určité skupiny lidí, které tyto sítě ovládnou s cílem dosáhnout zisk, ovlivňovat mínění a názory a zneužívat naivitu a důvěřivost lidí.

## Seznam zkratek

CD	Compact Disc
CD-ROM	Compact Disc Read-Only Memory
CVVM	Centrum pro výzkum veřejného mínění
ČR	Česká republika
DVB	Digital Video Broadcasting
DVD	Digital Versatile Disc
GPS	Global Positioning System
GSM	Global System for Mobile communications
EIZ	Elektronické informační zdroje
ICQ	I Seek You
IT	Information technology
KLDR	Korejská lidově demokratická republika
LP	Long play
MMS	Multimedia Messaging Service
NDR	Německá demokratická republika
NMT	Nordic Mobile Telephony
RPG	Role playing game
RSS	Really Simple Syndication
SIM	Subscriber identity module
SNS	Social Networking Sites
SSSR	Svaz sovětských socialistických republik
T-DAB	Terrestrial Digital Audio Broadcasting
USA	United States of America
VB	Velká Británie
VHS	Video Home System
VoIP	Voice over Internet Protocol
WWW	World Wide Web

## Seznam zdrojů

1. ČERMÁK, Miloš. *Proč mít rád FaceBook...a proč se ho bát* [online]. 2009, [cit. 2009-03-25]. Dostupné z WWW: <<http://extra.cz/blog/2009/02/proc-mit-rad-facebook-proc-se-ho-bat.html>>.
2. *Internet a jeho používání jednotlivci; 2. čtvrtletí 2008* [online]. 2008, poslední revize 10. října 2008 [cit. 2009-02-02]. Dostupné z WWW: <[http://www.czso.cz/csu/tz.nsf/i/internet\\_a\\_jeho\\_pouzivani\\_jednotlivci\\_2\\_ctvrtleti\\_2008](http://www.czso.cz/csu/tz.nsf/i/internet_a_jeho_pouzivani_jednotlivci_2_ctvrtleti_2008)>.
3. JIRÁK, Jan, KÖPPLOVÁ, Barbara. Média a jejich role ve společnosti. *Metodický portál* [online]. Praha: Výzkumný ústav pedagogický v Praze, 10. května 2006 [cit. 10. února 2009]. Dostupné z WWW: <<http://www.rvp.cz/clanek/555>>. ISSN 1802-4785.
4. JIRÁK, Jan. Média a politika. *Metodický portál* [online]. Praha: Výzkumný ústav pedagogický v Praze, 10. května 2006 [cit. 23. února 2009]. Dostupné z WWW: <<http://www.rvp.cz/clanek/556>>. ISSN 1802-4785.
5. JIRÁK, Jan. O účincích médií. *Metodický portál* [online]. Praha: Výzkumný ústav pedagogický v Praze, 20. června 2005 [cit. 16. února 2009]. Dostupné z WWW: <<http://www.rvp.cz/clanek/190/246>>. ISSN 1802-4785.
6. *KDVP\_Stud00\_7\_4: Klíčová slova k tématu televize, videokonference, videofóra, telefonie* [online]. 2006 [cit. 2009-02-18]. Dostupné z WWW: <<http://moodle.vsb.cz/moodle/mod/glossary/view.php?id=57030&sortkey=UPD&sortorder=desc&mode=date>>.
7. KOČÍ, Petr. Nová velmoc: FACEBOOK TÝDEN: *Zpravodajský týdeník*, 16. února 2009, roč. 15 , č. 7, s. 30-37.

8. MACHÁČKOVÁ, Pavla. *Násilí v televizi a jeho vliv na dětské chování* [online]. 2006, [cit. 2009-03-09]. Dostupné z WWW: <<http://www.kpg.zcu.cz/capv/HTML/57/default.htm>>.
9. MEYROWITZ, Joshua. *Všude a nikde: vliv elektronických médií na sociální chování*. 1. vyd. Praha: Karolinum, 2006. 341 s. ISBN 80-246-0905-3.
10. MUSIL, Josef. *Elektronická média v informační společnosti*. 1. vyd. Praha: Votobia, 2003. 341 s. ISBN 80-7220-157-3.
11. MUSIL, Josef. *Komunikace v informační společnosti*. 1. vyd. Praha: Univerzita Jana Amose Komenského Praha, 2007. 144 s. ISBN 978-80-86723-39-6.
12. NOVÁK, Jaromír. *Kultivace člověka v éře elektronických médií* [online]. 2007, [cit. 2005-03-16]. Dostupné z WWW: <[http://aeduca.upol.cz/2007/sbornik\\_06/Soubory/E-WORK\\_A\\_E-LEARNING/Novak.pdf](http://aeduca.upol.cz/2007/sbornik_06/Soubory/E-WORK_A_E-LEARNING/Novak.pdf)>.
13. OPÁLKOVÁ, Markéta. Elektronické informační zdroje v oblasti české lingvistiky dostupné na WWW. *Ikaros* [online]. 2007, roč. 11, č. 12. [cit. 7. dubna 2009]. Dostupné z WWW: <<http://www.ikaros.cz/node/4453>>. ISSN 1212-5075.
14. OSVALDOVÁ, Barbora, a kol. *Encyklopedie praktické žurnalistiky*. 1. vyd. Praha: Libri, 1999. 104 s. ISBN 80-85983-76-1.
15. PAVLÍČEK, Antonín. *Nová média a web 2.0*. 1. vyd. Praha: Oeconomica, 2007. 118 s. ISBN 978-80-245-1272-3.
16. PILECKÁ, Věra, PAPÍK, Richard. *Elektronické informační zdroje* [online]. 2007 [cit. 2009-02-27]. Dostupné z WWW: <<http://pspev.cvut.cz/moodle/mod/resource/view.php?id=211-220>>.

17. SNÍŽEK, Martin. *Začněte si psát blog!* [online]. 2007, [cit. 2009-03-16].  
Dostupné z WWW: <<http://www.h1.cz/fol/2007/zacnete-psat-blog>>.
18. *Sociální sítě: Komise prostřednictvím dohody mezi předními internetovými společnostmi* [online]. 2009, [cit. 2009-04-02]. Dostupné z WWW:  
<[europa.eu/rapid/pressReleasesAction.do?reference=IP/09/232&format=PDF&aged=0&language=CS&guiLanguage=en](http://europa.eu/rapid/pressReleasesAction.do?reference=IP/09/232&format=PDF&aged=0&language=CS&guiLanguage=en)>.
19. VYHNÁLEK, Jan. *Vliv násilí v médiích na vývoj dětí* [online]. 2005, [cit. 2009-02-18]. Dostupné z WWW: <<http://www.rodina.cz/clanek4514.htm>>.

## Prohlášení o využití výsledků bakalářské práce

Prohlašuji, že

- jsem byla seznámena s tím, že na mou bakalářskou práci se plně vztahuje zákon č. 121/2000 Sb. – autorský zákon, zejména § 35 – užití díla v rámci občanských a náboženských obřadů, v rámci školních představení a užití díla školního a § 60 – školní dílo;
- beru na vědomí, že Vysoká škola báňská – Technická univerzita Ostrava (dále jen VŠB-TUO) má právo nevýdělečně, ke své vnitřní potřebě, bakalářskou práci užít (§ 35 odst. 3);
- souhlasím s tím, že jeden výtisk bakalářské práce bude uložen v Ústřední knihovně VŠB-TUO k prezenčnímu nahlédnutí a jeden výtisk bude uložen u vedoucího bakalářské práce. Souhlasím s tím, že bibliografické údaje o bakalářské práci budou zveřejněny v informačním systému VŠB-TUO;
- bylo sjednáno, že s VŠB-TUO, v případě zájmu z její strany, uzavřu licenční smlouvu s oprávněním užít dílo v rozsahu § 12 odst. 4 autorského zákona;
- bylo sjednáno, že užít své dílo, bakalářskou práci, nebo poskytnout licenci k jejímu využití mohu jen se souhlasem VŠB-TUO, která je oprávněna v takovém případě ode mne požadovat přiměřený příspěvek na úhradu nákladů, které byly VŠB-TUO na vytvoření díla vynaloženy (až do jejich skutečné výše).

Ve Valašském Meziříčí dne .....

.....  
jméno a příjmení studenta

Adresa trvalého bydliště:



## **Seznam příloh**

Příloha č. 1 – Dotazník

## Příloha č. 1

# DOTAZNÍK

Zakroužkujte správnou odpověď:

## 1. Používáte nějaké sociální sítě

- a) AnO    b) Ne

## 2. Pohlaví

- a) Muž
- b) Žena

### 3. Věk

- a) 14-18      b) 19-26      c) 27-35      d) 36-49      e) 50-59
- f) 60-65      g) 65+

## 4. Vzdělání

- a) Základní      b) Vyučen      c) Střední      d) Střední s maturitou
- e) Vysokoškolské

## 5. Jste registrovaní v následujících sociálních sítích

- a) Facebook      b) Orkut      c) LinkedIn      d) MySpace
- e) Spolužáci      f) Libimseti      g) Lide      h) jiné

## 6. Jaké služby používáte ve výše zmíněných serverech

---

---

---

**7. Jak často se připojujete**

- a) několikrát ročně    b) několikrát měsíčně    c) několikrát týdně    d) jednou denně  
e) vícekrát denně    f) jsem registrovaný, ale nepřipojuji se

**8. Na kolik odhadujete cenu FaceBooku (v miliardách \$)**

- a) 10                      b) 15                      c) 20

jiná \_\_\_\_\_

**9. Kolik předpokládáte, že je registrovaných uživatelů na Facebook a Myspace**

Facebook \_\_\_\_\_

MySpace \_\_\_\_\_

**10. Která sociální síť v ČR je, podle vašeho názoru, nejnavštěvovanější**

\_\_\_\_\_

**11. Myslíte si, že používání sociálních sítí nese s sebou nějaká rizika**

- a) ano    b) ne    c) nevím

a proč jste takto odpověděli

\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_